

# **O Agenda-Setting e a Construção de Identidade das Mulheres**

**Carolina Machado**

**Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da  
Comunicação – Estudos dos Media e do Jornalismo**

**Junho, 2020**

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à  
obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação realizado sob a  
orientação científica do professor Jacinto Godinho

*“The goals of the feminist movement have not been achieved, and those who claim we’re living in a post-feminist era are either sadly mistaken or tired of thinking about the whole subject.”*

*Margaret Atwood*

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar por agradecer à minha família, pelo incentivo que recebi ao longo de todo o processo de desenvolvimento deste trabalho. Por toda a força que me deram para continuar e persistir até alcançar os meus objetivos, e por me motivarem sempre a ser e fazer melhor, obrigada.

Ao grupo incrível de amigos que tenho a sorte de ter comigo, obrigada por todo o apoio que me deram e dão constantemente em quaisquer desafios que passe na vida. Obrigada por estarem presentes, e por acreditarem em mim.

Ao professor Jacinto Godinho, por ter aceite ser meu orientador e por me ter guiado na realização deste trabalho. Obrigada por todo o tempo que despendeu para me ajudar e pelo apoio que me deu.

Um especial agradecimento às instituições de ensino superior **Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (FLUL)** e **Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (FCSH)** por terem contribuído para a minha formação.

À **Trust In News (TIN)**, agradeço a confiança depositada em mim para todas as tarefas que realizei durante o meu estágio na revista **Visão**. Obrigada por terem contribuído para que me tornasse numa pessoa mais independente e determinada.

# **O AGENDA-SETTING E A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE DAS MULHERES**

**CAROLINA MACHADO**

## **RESUMO**

O presente relatório de estágio tem como objetivo perceber de que forma as mulheres estão a ser representadas na revista Visão, explorando qual o seu papel nas notícias em que são destacadas. Colocam-se as seguintes questões: de que forma é que o agenda-setting está a influenciar a visão que as mulheres têm de si mesmas e, por conseguinte, a sua construção de identidade? Em que circunstâncias é que as mulheres são protagonistas das notícias da Visão?

De modo a chegar a respostas sobre o tema proposto, a metodologia aplicada será a seguinte: a investigação presente da estagiária no local de estudo, realizada ao longo de três meses, num horário a tempo inteiro, completando um total de mais de 400 horas, e a análise de conteúdos jornalísticos da revista produzidos durante os meses de setembro a dezembro de 2019.

Dentro da análise de notícias foi feita a seguinte divisão: uma análise referente à forma e ao conteúdo, feita através de métodos quantitativos, com a utilização de gráficos e discussão dos mesmos; e uma análise referente ao discurso, feita através de métodos qualitativos, com o propósito de avaliar o vocabulário e expressões utilizadas referentes a mulheres.

No final deste trabalho deverá ser possível responder às questões principais desta investigação, concluindo de que forma a revista Visão utiliza as suas plataformas para dar voz a questões de feminismo pertinentes na sociedade em que vivemos.

**PALAVRAS-CHAVE:** agenda-setting, feminismo, mulheres, género, identidade

# **AGENDA-SETTING AND WOMEN'S IDENTITY CONSTRUCTION**

**CAROLINA MACHADO**

## **ABSTRACT**

This internship report aims to understand how women are being represented in the magazine *Visão*, exploring their roles in the news in which they appear as the main focus. The following questions must be answered: How is agenda-setting influencing the vision women hold upon themselves and, therefore, their identity construction? In which circumstances do we see women as a leading role in the news of *Visão* magazine?

With the purpose of reaching conclusions about this issue, the following methodology is proposed: the present investigation done by the intern in the internship location, during a period of three months, in a full time schedule, reaching a total of over 400 hours, and the analysis of journalistic content produced from september until december of 2019.

In order to analyse the journalistic content, the following division was made: an analysis regarding form and content, achieved through quantitative methods, with the use of graphics which proceeded to be evaluated; and an analysis regarding discourse, achieved through qualitative methods, with the purpose of evaluating the vocabulary and expressions used referring to women.

By the end of the present report, the answers to the investigation questions should be clear, concluding in which way the magazine *Visão* uses its platforms to voice feminism matters relevant in nowadays society.

**KEYWORDS:** agenda-setting, feminism, women, gender, identity

# ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I – ENTIDADE DE ACOLHIMENTO .....</b>	<b>3</b>
1. Trust In News (TIN) – Revista Visão .....	3
<b>CAPÍTULO II – ESTÁGIO CURRICULAR .....</b>	<b>7</b>
1. Estágio na redação da Visão .....	7
2. Experiência de estágio .....	8
2.1. Desenvolvimento de artigos para o online .....	9
2.2. Desenvolvimento de artigos para a revista .....	11
2.3. Atividade fora da redação.....	12
3. Balanço crítico .....	13
<b>CAPÍTULO III – AGENDA-SETTING .....</b>	<b>16</b>
1. Agenda-Setting: definição e enquadramento do conceito .....	16
2. Os media e a seleção de notícias .....	18
<b>CAPÍTULO IV – CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE DAS MULHERES.....</b>	<b>21</b>
1. Emergência do movimento feminista.....	21
2. Representação da mulher nos media .....	26
3. Construção de identidade .....	30
<b>CAPÍTULO V - A COBERTURA JORNALÍSTICA DA MULHER NA VISÃO .....</b>	<b>34</b>

1. Objetivos e pertinência do tema.....	34
1.1. Questões de investigação .....	34
2. Metodologia.....	35
3. Análise e Discussão dos Resultados.....	35
3.1. Análise referente à Forma e Conteúdo .....	35
3.2. Análise referente ao Discurso .....	43
<b>CONCLUSÕES.....</b>	<b>48</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>i</b>



## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1.</b> Números das marcas pertencentes à TIN .....	5
<b>Tabela 2.</b> Análise SWOT – Redação Visão, secção Sociedade .....	16
<b>Tabela 3.</b> Palavras-chave dos conteúdos jornalísticos analisados .....	44

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Género Jornalístico .....	36
<b>Gráfico 2.</b> Suporte .....	36
<b>Gráfico 3.</b> Autoria .....	37
<b>Gráfico 4.</b> Secção .....	38
<b>Gráfico 5.</b> Temática .....	39
<b>Gráfico 6.</b> Diversidade .....	41
<b>Gráfico 7.</b> Fontes de Informação .....	41
<b>Gráfico 8.</b> Relevância da Mulher .....	43

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 -</b> Logótipo da Visão .....	4
---	---

## INTRODUÇÃO

*“A feminist is anyone who recognizes the equality and full humanity of women and men.”*

*Gloria Steinem*

O papel da mulher na sociedade tem sido um tema muito discutido ao longo dos anos. Dentro de opiniões sobre o assunto, existe concordância entre diversos autores de que há alguma discrepância entre a forma como o homem e a mulher são vistos, sendo que há tendência para atribuir um papel secundário ao gênero feminino e justificar a posição de dominância do homem como sendo parte da sua natureza.

Stoltenberg (2004) critica a sociedade que passados tantos anos continua a justificar o comportamento do homem com a sua biologia, e que considera que os seus impulsos agressivos são normais e saudáveis. Ao invés desse raciocínio, o autor responsabiliza o homem pelas suas atitudes e postura, culpando também a sociedade dominada pela supremacia masculina. Citando: “I believe that male sexual aggression is entirely learned behavior, taught by a culture that men entirely control.” (p.42)

O autor destaca a forma como os homens, desde muito cedo, aprendem comportamentos de discriminação relativamente às mulheres. Essa observação é reforçada com uma menção ao discurso que os homens tendem a ter entre si à medida que se vão desenvolvendo enquanto indivíduos, tornando ainda mais intrínseca a crença de poder e dominação sobre as mulheres. Esta ideia está presente em:

*“What they learn in order to bond is an elaborate behavioral code of gestures, speech, habits and attitudes, which effectively exclude women from the society of men.” (Stoltenberg, 2004, p.42)*

Neculaesei (2015) contribui para a mesma linha de pensamento, afirmando que o ambiente social em que crescemos influencia a forma como vemos o mundo e como agimos. A forma como percebemos o que nos rodeia é fortemente influenciada pelas vivências que temos. Passando a citar:

“The social environment, in which individuals are born and live, shapes their attitudinal, emotional and behavioral reactions and the perceptions about what is happening around.” (Neculaesei, 2015, p.31)

A autora realça que as questões de diferenças de género já são discutidas há anos, e afirma que existe uma relação inegável entre a sociedade predominantemente masculina e a religião, já desde a antiguidade. Neculaesei (2015) justifica o seu raciocínio com o facto de a apresentação de uma força divina ser representada na grande maioria das religiões pela figura de um homem, dando assim ênfase ao poder do homem e às suas capacidades, vistas como superiores às da mulher.

Esta tendência de ver o homem como superior à mulher tem vindo a diminuir com o passar do tempo, com o surgimento do movimento feminista e com os avanços na mentalidade. Desde cedo as mulheres começaram a perceber que a forma como a sociedade se apresentava não era justa e que havia necessidade de mudanças. No final do século XIX/início do século XX, começaram a surgir as primeiras lutas pela liberdade da mulher, que tiveram continuidade ao longo dos anos, havendo cada vez mais avanços e vitórias. (Hossain, 2015, p.310) Esta constatação pode ser reforçada pelo estudo de Bennett (1989) sobre o Feminismo e a História das Mulheres, em:

“In the last two decades, the relationship between feminism and history has grown stronger than ever, with the nascent field of women’s history providing a new forum for feminist investigations of the past.” (Bennett, 1989, p.251)

O jornalismo, enquanto forma de chegar às pessoas e de informar o público, tem responsabilidade sobre as notícias que passa e sobre o modo como esse processo é feito. Dentro da imprensa escrita, o Agenda-Setting desempenha um papel fundamental na seleção da informação que é passada para o exterior, e no impacto que essa informação terá nas pessoas a quem chegar. Este pensamento pode ser visto em: “Agenda setting is a process that can affect both what to think about and how to think about it.” (McCombs & Shaw, 1993, p.63)

O intuito deste trabalho é tentar perceber de que forma é que o Agenda-Setting está a ser utilizado para empoderar as mulheres e contribuir para a forma como as mesmas desenvolvem a sua perceção de si mesmas, construindo a sua identidade.

## **CAPÍTULO I – ENTIDADE DE ACOLHIMENTO**

### **1. Trust In News (TIN) – Revista Visão**

A Visão é uma revista portuguesa presente no mercado desde 1993, com edições semanais, que aborda tópicos noticiosos dentro de temas como ambiente, sociedade, política, economia, cultura, entre outros.

“VISÃO é uma revista semanal de informação geral que pretende dar, através do texto e da imagem, uma ampla cobertura dos mais importantes e significativos acontecimentos nacionais e internacionais, em todos os domínios de interesse.” (Visão, Estatuto Editorial)

Sendo uma revista de referência em Portugal, conta atualmente com mais de 550 mil seguidores no Facebook e 121 mil no Instagram. Existem várias versões diferentes da Visão com temas diversos. Entre elas estão:

- Visão Júnior – dedicada a crianças e jovens, com o intuito de informar e incentivar à leitura;
- Visão História – tem como objetivo dar a conhecer acontecimentos históricos nacionais e internacionais de relevância;
- Visão Saúde – revista bimestral adicionada em 2018, que engloba temas de saúde e bem-estar;
- Visão Biografia – adicionada em 2019, tendo sido publicadas três edições nesse ano, pretende dar a conhecer personalidades fortes da História portuguesa e mundial.

Todos os meses sai na Visão um “dossier” de imobiliário com informação sobre esta área de interesse. No ano de 2019 saiu ainda uma versão exclusiva deste “dossier” sobre a emergência climática, com esclarecimentos feitos sobre o tema. Houve também algumas edições temáticas especiais, como: Visão Surf, Visão Açores, Visão Saber. Ao longo do ano, a Visão ofereceu ainda guias de Portugal para incentivar os leitores a visitar locais novos e interessantes dentro do país.



**Figura 1** - Logótipo da Visão

A 2 de janeiro de 2018, o grupo de comunicação social Trust In News (TIN), sendo o maior na área do publishing, formalizou a compra de 12 revistas que pertenciam à Impresa Publishing, incluindo a Visão. O processo teve início em agosto de 2017, quando a Impresa Publishing tomou a decisão de deixar de investir no mercado da imprensa escrita. O anúncio foi comunicado pelo CEO Francisco Pedro Balsemão, e obteve respostas de diversos grupos empresariais com interesse em adquirir as revistas. A 6 de novembro de 2017, a Impresa Publishing anunciou que iria negociar com Luís Delgado – fundador da empresa Trust In News Unipessoal Lda. – a venda de 12 títulos. Dois meses depois, os procedimentos foram concluídos e o contrato foi assinado, formalizando a mudança.

Segue-se uma tabela das marcas compradas pela TIN com os respetivos números, de acordo com dados da APCT – Associação Portuguesa Para O Controlo De Tiragem e Circulação. (Exame Informática, 2018)

<b>Marca</b>	<b>Descrição</b>	<b>Nº de Exemplares</b>	<b>Nº de Leitores</b>
Activa	Revista mensal feminina	31 766	180 mil
Caras	Revista mensal com temas dentro da Sociedade	42 728	135 mil
Caras Decoração	Revista mensal	15 740	147 mil

Courrier Internacional	Revista mensal que divulga textos jornalísticos relevantes	16 228	62 mil
Exame	Revista mensal de economia e negócios	16 253	170 mil
Exame Informática	Revista mensal sobre tópicos dentro da tecnologia	18 846	177 mil
Jornal de Letras	Jornal quinzenal com foco na cultura, com quase 40 anos de publicação	6839	-
TeleNovelas	Revista semanal com mais de 20 anos de publicação	46 575	153 mil
TV Mais	Revista semanal sobre programação televisiva	35 458	138 mil
Visão	<i>Newsmagazine</i> mais lida em Portugal, publicada semanalmente	63 399	377 mil
Visão História	Revista bimestral	19 545	106 mil
Visão Júnior	Revista mensal	12 878	70 mil

**Tabela 1.** Números das marcas pertencentes à TIN

A Trust In News é o maior grupo de imprensa escrita em Portugal, com um número de leitores que ultrapassa os 1,7 milhões no total. Os 12 títulos em conjunto têm uma circulação de mais de 320 mil exemplares, mais de 100 mil assinantes e seguidores que têm vindo a aumentar nas redes sociais. (Exame Informática, 2018)

“Acredito que as revistas em papel têm futuro, apesar do crescimento do digital, onde estes títulos também se posicionam e vão continuar a crescer. E acredito, acima de tudo, que se pode criar ainda mais valor em redor destas marcas prestigiadas e de referência.” (Luís Delgado, CEO da TIN, 2018, Exame Informática)

## CAPÍTULO II – ESTÁGIO CURRICULAR

### 1. Estágio na redação da Visão

O meu interesse em estagiar na revista Visão surgiu pela curiosidade em ter uma experiência dentro do ramo do jornalismo – mais especificamente, na parte da imprensa escrita – com o objetivo de concluir o Mestrado em Ciências da Comunicação [Estudos dos Media e do Jornalismo] na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade de Lisboa. Pelo interesse que sempre tive em escrever e relatar histórias, decidi explorar esta área com a motivação de evoluir e desenvolver as minhas capacidades de escrita.

A escolha do local foi feita por conhecer a Visão como uma revista de destaque e pela diversidade de tópicos que abrange. A licenciatura em Línguas, Literaturas e Culturas que tirei na Faculdade de Letras de Lisboa despertou-me o interesse para diversas áreas, tendo por isso considerado uma opção acertada estagiar num local que me permitisse explorar dentro de vários temas. Optei por ser colocada na secção da Sociedade pelo meu especial interesse em assuntos do quotidiano, e pela empatia que me motiva a escrever sobre pessoas e as suas histórias.

O meu estágio na revista Visão teve início no dia 19 de setembro de 2019 e terminou no dia 18 de dezembro de 2019. O horário fixo seria das 10h às 18h (8h diárias, em registo *full-time*), no entanto era flexível e divergia consoante a quantidade de trabalho que havia para realizar.

O estágio teve como objetivos principais compreender como funcionava a redação da revista, elaborar peças escritas para a secção da Sociedade, tanto para a revista como para o online, aprender a utilizar plataformas necessárias para a publicação dos artigos e explorar temas dentro e fora da minha área de conhecimento, permitindo-me expandir os meus horizontes. A secção da Sociedade era composta por nove jornalistas, incluindo o coordenador Luís Ribeiro, responsável também por editar artigos



para o online, e a editora Alexandra Correia, que tratava da revisão de artigos para a revista e supervisionava os trabalhos dos jornalistas da Sociedade.

## **2. Experiência de estágio**

No primeiro dia de estágio, 19 de setembro de 2019, comecei por ser apresentada a todos os trabalhadores da redação da Visão. Fui acompanhada pela subdiretora da revista que me explicou como se dividia o espaço. A redação da Visão, localizada no 2º piso do edifício Fernão Magalhães, na Quinta da Fonte, é composta por várias secções, divididas por jornalistas que escrevem para a revista impressa – havendo a Visão (inclui a Visão Sete), Visão Júnior, Visão História, Visão Biografia e Visão Saúde (esta última adicionada em 2018) – e para o online; editores do online e da revista, e um coordenador por área. A Exame e Exame Informática localizam-se no mesmo piso. Os jornalistas têm os seus postos de trabalho, no entanto não escrevem apenas para a secção onde estão colocados. Todos escrevem para todas as revistas, havendo, porém, um maior foco na sua área de especialização.

No dia 4 de outubro de 2019 fiz a minha primeira reportagem, na Escola Básica do Parque das Nações, sobre o projeto educativo Eu Cuido<sup>1</sup>. A reportagem seria posteriormente publicada no site, sendo feita por escrito, com um vídeo elucidativo sobre a iniciativa. A deslocação foi feita de táxi, com o acompanhamento de um profissional da equipa das filmagens, e a reportagem foi organizada por mim. Realizei entrevistas à responsável pelo projeto e aos agentes da PSP que estavam presentes. A reportagem foi feita, escrita e editada para sair no próprio dia. Não houve *feedback* no final do trabalho. Todas as tarefas que realizei na Visão foram feitas de forma independente, não havendo orientação ou comentários prévia ou posteriormente.

Na semana seguinte foi-me sugerido um tema para escrever o meu primeiro artigo para a revista impressa. Seria uma peça sobre reuniões-caminhadas, que saiu na edição de 24 de outubro (revista 1390). O conceito de reuniões-caminhadas começou

---

<sup>1</sup> Reportagem disponível em: <https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-04-o-que-e-que-acontece-quando-se-juntam-numa-escola-miudos-e-um-cao-policia/>

com uma proposta da gestora de inovação Nilofer Merchant, que lançou o desafio numa TED Talk em 2013. A proposta seria que as pessoas passassem a fazer reuniões fora do contexto de escritório, experimentando uma nova abordagem, caminhando lado a lado na rua numa troca de ideias mais descontraída. A ideia teve a adesão de executivos de grandes empresas, como Mark Zuckerberg (Facebook) e Jack Dorsey (Twitter), e começou a ganhar cada vez mais popularidade pelas vantagens que traz tanto para a saúde como para a produtividade das discussões. Pedro Fraga (CEO da empresa F3M) decidiu começar a implementar a iniciativa na sua empresa em Lisboa e disponibilizou-se para falar comigo numa entrevista. Para a realização deste trabalho desloquei-me, acompanhada por um fotógrafo, até às instalações da empresa tecnológica F3M, onde entrevistei o CEO que iria ter, momentos mais tarde, uma reunião ao ar livre com dois colaboradores externos – à qual pude assistir para ter uma ideia mais concreta do conceito.

A fotografia era sempre marcada por mim – elegia o dia e a hora e falava com o coordenador de Fotografia, que me indicava mais tarde o nome do fotógrafo que me acompanharia. Não me era fornecido o contacto do profissional que viria comigo. Também não era dada ao fotógrafo informação sobre o tipo de trabalho que ia realizar, pelo que era na hora do acontecimento que eu indicava o objetivo da visita.

## **2.1. Desenvolvimento de artigos para o online**

Todos os dias os jornalistas compõem peças para o online, maioritariamente baseadas em notícias publicadas em jornais, revistas e *sites* de outros países. Entre os mais utilizados estão: *The Guardian*, *BBC News*, *The Washington Post*, *CNN*, *Science*. Os artigos são feitos no *LibreOfficeWriter* e seguidamente são passados para o *Backoffice*, onde ficam guardados até ao editor da respetiva secção fazer a análise final do artigo e publicar. As imagens para acompanhar o artigo são procuradas na plataforma *Getty Images* (a Visão paga uma subscrição mensal para ter acesso à plataforma). Podem ainda ser acrescentados conteúdos em vídeo, dependendo do tipo de notícia, e colocados *links*

diretos para artigos relacionados, caso seja necessário – como é o caso de artigos de ciência, onde é aconselhável haver uma fonte documental como um relatório ou estudo.

Durante a minha estadia na secção da Sociedade, não houve uma orientação organizada para a produção de artigos. Era-me pedido por e-mail que escrevesse artigos para o online, na maioria das vezes sem indicações sobre regras ou dicas para a realização da peça. Para além dos artigos que me eram pedidos, todos os dias, por iniciativa própria, pesquisava jornais e revistas e fazia sugestões ao editor e coordenador da Sociedade. Se a proposta fosse aceite, escrevia o artigo. Posteriormente editava sempre as peças com o editor.

Ao longo dos três meses de estágio redigi mais de 100 artigos para o online (para a Sociedade, Atualidade e Visão Sete), dois artigos para a Visão e um artigo para a Visão Saúde (este último publicado apenas em fevereiro de 2020).

Os artigos para o online eram sobre temas diversificados, sendo que o ambiente foi um dos tópicos que mais trabalhei, tendo saído múltiplas vezes da minha zona de conforto pela complexidade de alguns assuntos. Por vezes era necessário ler relatórios para compreender melhor o tema e fazer uma pesquisa mais aprofundada sobre o acontecimento da notícia. Elaborei também alguns artigos de raiz, falando diretamente com agências de comunicação para obter informação sobre o tema em questão. Para alguns destes artigos era necessário fazer entrevistas, todas elas organizadas por mim e feitas consoante a minha disponibilidade. No final, os editores corrigiam lapsos no texto e, se fosse necessário algum esclarecimento ou acrescentar dados, davam-me essa indicação para que eu pudesse obter a informação que faltava.

O artigo “De “mediocre” a “vergonhoso”: a Capital do Natal, em Algés, está a ser arrasada pelos clientes”<sup>2</sup>, que realizei no dia 2 de dezembro de 2019, uma hora após ter sido publicado contava já com mais de mil leituras, concentrando aproximadamente 65% dos leitores do online ativos naquele momento. O artigo chegou assim ao top 10 dos mais lidos da Visão. Para a elaboração deste artigo fiz uma pesquisa nas redes sociais sobre comentários de clientes acerca da sua experiência na Capital do Natal, e consegui

---

<sup>2</sup> Artigo disponível em: <https://visao.sapo.pt/atualidade/2019-12-02-de-mediocre-a-vergonhoso-a-capital-do-natal-em-alges-esta-a-ser-arrasada-pelos-clientes/>

obter também o contacto do responsável pelo evento, com quem tive a oportunidade de conversar por telefone para que me pudesse esclarecer em relação a algumas queixas de pessoas que tinham frequentado o parque de diversões.

## **2.2. Desenvolvimento de artigos para a revista**

Os artigos para versão impressa eram realizados a ritmos diferentes, dependendo da urgência de publicação. O primeiro artigo que realizei, “Vamos reunir por aí?”<sup>3</sup> foi-me pedido com quase duas semanas de antecedência; o segundo, “Há vida para além dos likes”<sup>4</sup>, foi feito em 24h, e, o terceiro, “Nascer antes do tempo”<sup>5</sup>, foi feito no período de tempo de aproximadamente um mês e meio. Este último foi um artigo mais complexo e trabalhoso que os anteriores. Com o objetivo de contar histórias verídicas sobre pais que tiveram bebés prematuros, tentei dar a conhecer esta realidade e informar o público sobre as dificuldades por detrás desta experiência. Este trabalho exigiu que procurasse contactos de profissionais de saúde, associações e instituições de apoio a pais de bebés prematuros. Todas as pessoas com quem falei para a realização deste artigo mostraram total disponibilidade em contribuir e facilitaram em vários aspetos a minha tarefa. Para as entrevistas que este trabalho exigia, utilizei gravador e, posteriormente, passei para texto as partes mais relevantes de cada conversa. Entrevistei quatro casais ao vivo e por telefone (por questões geográficas), e dois médicos com especialização dentro do assunto: um pediatra e um obstetra. Contactei a XXS – Associação de Apoio ao Bebé Prematuro e a SPN – Sociedade Portuguesa de Neonatologia, que foram muito prestáveis e mostraram-se disponíveis para quaisquer dúvidas ou apoios que precisasse. O artigo teve um total de 6 páginas, e foi um dos destaques da capa da revista *Visão Saúde* nº10, edição de fevereiro/março 2020.

---

<sup>3</sup> Machado, C. (2019). Vamos reunir por aí. *Visão* 1390, pp. 86-87

<sup>4</sup> Machado, C. (2019). Há vida para além dos "likes". *Visão* 1394, p.30

<sup>5</sup> Machado, C. (2019). Nascer antes do tempo. *Visão Saúde* 10, pp.82-87

### **2.3. Atividade fora da redação**

Um dos pontos positivos a realçar do estágio na Visão foi a possibilidade de sair e explorar fora do ambiente de redação. No terceiro dia tive a minha primeira experiência no terreno, em Monsanto, onde me desloquei para obter informação sobre um problema com os sanitários no festival do Iminente. Falei com agentes da polícia e tentei obter informações sobre o sucedido. No entanto, ninguém se disponibilizou para falar comigo, tendo por isso sido uma experiência pouco produtiva. O fotógrafo que me acompanhou deu-me algumas dicas para quando voltasse a realizar esse tipo de trabalho.

O trabalho que se seguiu foi a reportagem sobre o projeto Eu Cuido, referida no ponto 2., onde tive o meu primeiro contacto direto com o mundo da reportagem. Tendo chegado ao local identifiquei-me como fazendo parte da Visão e dirigi-me à sala onde decorreria a apresentação do projeto. Comecei por entrevistar a responsável e, de seguida, assisti à sessão feita com crianças do 3ºano da Escola Básica do Parque das Nações. Durante este tempo tirei apontamentos e observei o meu colega da equipa de filmagens trabalhar. No final foi ainda possível conversar com alguns agentes da PSP e entrevistar Paulo Quental (Agente Principal), que tinha feito parte da apresentação do projeto. Com esta experiência aprendi a importância de criar empatia com os entrevistados para que a conversa flua e haja uma dinâmica saudável entre todos e tomei nota de erros cometidos para não repetir futuramente – aqui destaco a relevância do gravador para realizar entrevistas mais extensas. Para este projeto decidi tirar notas em papel, o que dificultou bastante o acompanhamento dos relatos que me iam sendo dados pelos participantes.

A terceira vez que saí da redação foi para me deslocar às instalações da empresa de tecnologia da informação F3M, com o objetivo de entrevistar o CEO Pedro Fraga sobre a implementação de reuniões-caminhadas na sua empresa. Conversei também com um especialista em atividade física, professor na Faculdade de Motricidade Humana (FMH), sobre os benefícios de caminhar para a saúde e, para concluir, contactei

um especialista em desenvolvimento pessoal, com o objetivo de compreender o impacto na mente de reunir num ambiente descontraído ao ar livre. Estas entrevistas foram feitas ao vivo e por telefone, com ou sem gravador dependendo da extensão que previ para cada conversa.

Para a realização do trabalho para a Visão Saúde foi-me também permitido sair da redação para que fizesse entrevistas com o acompanhamento de fotógrafos. No início de novembro desloquei-me até ao Hospital de Santa Maria, ao Espaço Familiar Ronald McDonald, para conversar com um casal açoriano heterossexual e, na mesma semana, fui até ao Montijo para entrevistar um casal homossexual. A experiência de conduzir as entrevistas sozinha, sem orientação, e de as realizar em espaços desconhecidos fez-me sair da minha zona de conforto e ganhar uma maior noção da responsabilidade do trabalho do jornalista.

### **3. Balanço crítico**

Tendo concluído três meses de estágio na redação da revista Visão, encontrei vários pontos positivos e negativos dentro da experiência. Assim sendo, optei por fazer uma análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) com o propósito de analisar a redação da Visão, mais concretamente a secção da Sociedade onde estagiei.

A Análise SWOT surgiu com o consultor de negócios Albert Humphrey, durante um trabalho que realizou no Instituto de Pesquisa de Stanford entre 1960-1970. Este método foi concebido com o objetivo de criar um planeamento estratégico para avaliar quais os pontos fortes e fracos de um projeto, e desde aí é utilizado em todo o mundo para fazer diversos tipos de avaliações.

Através da utilização da Análise SWOT, serão então feitas observações em forma de síntese sobre questões internas (forças e fraquezas) e externas (oportunidades e ameaças) do local de estágio.

Antes da análise, seguem-se observações e críticas sobre a experiência de estágio:

Começando pelo *backoffice*, havia algumas falhas que impediam que os artigos fossem publicados em condições. Foi então instalada uma nova plataforma com um funcionamento mais claro e rápido que permitia aos jornalistas trabalhar com maior facilidade. Houve formações de presença obrigatória para aprender a trabalhar com o novo programa.

No *site* foram feitas algumas alterações em dezembro de 2019. No que toca à nova estrutura, está organizado de forma apelativa e cativante, com uma imagem de realce que aparece ao abrir a página – referente à notícia de destaque do momento – e com uma divisão feita entre 7 revistas da TIN: Visão (com um leque de 16 temáticas diferentes), Visão Sete, Visão Saúde, Exame, Exame Informática, Visão Júnior e JL.

Embora a construção do *site* esteja bem feita, acredito que a nível de conteúdo poderia haver melhorias. A maioria das notícias publicadas são baseadas em jornais e revistas de referência de outros países, sendo que o trabalho a ser feito se traduz em interpretar a notícia e encontrar uma forma apelativa de a dar a conhecer em português. Poderia haver um maior investimento em conteúdos exclusivos para o *online*.

Durante o tempo que estagiei na Visão notei também que embora haja uma ampla variedade de temas, os assuntos mais tratados na Sociedade são relacionados com o ambiente, medicina ou curiosidades. Embora seja relevante abordar estes tópicos, creio que existem outros assuntos dentro da atualidade que poderiam ser falados e tidos como pertinentes. Dentro das propostas de temas que sugeri, tentei dar protagonismo à Mulher na notícia, destacando questões que considerei particularmente importantes. Aqui destaco dois artigos que realizei: “Estudo estima que a arte feita por mulheres represente apenas 2% dos gastos mundiais em leilões”<sup>6</sup> (Visão, Sociedade,

---

<sup>6</sup> Artigo disponível em: <https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-20-estudo-estima-que-a-arte-feita-por-mulheres-represente-apenas-2-dos-gastos-mundiais-em-leiloes/>

20.09.2019) e “Estudo conclui que estereótipos no cinema limitam as aspirações das mulheres”<sup>7</sup> (Visão, Sociedade, 01.10.2019).

Propus ainda que se elaborasse um artigo sobre a mudança de direção da ILGA (Associação de Intervenção Lésbica, Gay, Bissexual, Trans e Intersexo), pelo facto de ser a associação mais antiga de Defesa dos Direitos Humanos da comunidade LGBTQ+ em Portugal, que passou a ter a partir de dia 26 de outubro de 2019 duas *mulheres trans*<sup>8</sup> na direção pela primeira vez desde que foi fundada. A associação anunciou na altura a conquista e enumerou algumas mudanças que iriam ocorrer com a nova direção. No entanto, esta proposta não foi bem recebida. Realizei ainda um artigo sobre um novo espaço que abriu em Lisboa, chamado “DragTaste”, que foi considerado como a experiência culinária número 1 no *site* da Airbnb, dentro de mais de 30 mil experiências sugeridas. Uma iniciativa de dois homens homossexuais que teve um êxito inesperado, superando as expectativas dos fundadores. O artigo acabou por ser descartado. Acredito que a falta de abertura a temas mais atuais poderá eventualmente ser prejudicial para a Visão.

Durante os três meses de estágio uma das observações que fiz foi a falta de organização na redação. Existem falhas na comunicação que levam a que jornalistas produzam peças de forma errada, o que leva a discussões com os editores. O trabalho é bastante individualista, não havendo por isso um espírito de equipa muito ativo. Os estagiários não são incluídos socialmente, nem orientados de forma constante durante a sua estadia no local. Estas falhas levam a que haja um ambiente pouco harmonioso entre todos, e a que a motivação para trabalhar não seja elevada.

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Publicação diária de notícias no <i>online</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pouco conteúdo exclusivo no <i>online</i></li><li>• Exclusão social dos estagiários</li></ul>

<sup>7</sup> Artigo disponível em: <https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-01-estudo-conclui-que-estereotipos-no-cinema-limitam-as-aspiracoes-das-mulheres/>

<sup>8</sup> Pessoas cuja identidade de género não corresponde ao seu sexo biológico.



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atualização do <i>backoffice</i> para uma plataforma melhorada</li> <li>• Estrutura do <i>site</i> apelativa</li> <li>• Os estagiários têm oportunidade de sair da redação para a realização de trabalhos</li> <li>• Abordagem de um leque diversificado de temas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de acompanhamento dos estagiários</li> <li>• Desorganização e falta de comunicação na redação</li> <li>• Falta de abertura relativamente a temas mais atuais</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção de mais conteúdo exclusivo (ex: reportagens, entrevistas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência de jornais nacionais (ex: Expresso, Público, Diário de Notícias)</li> </ul>

**Tabela 2.** Análise SWOT – Redação Visão, secção Sociedade

### CAPÍTULO III – AGENDA-SETTING

#### 1. Agenda-Setting: definição e enquadramento do conceito

O conceito de agenda-setting tem sido estudado ao longo dos anos, por académicos de várias áreas, que se propuseram a compreender melhor o conceito e a explorá-lo para obter conclusões elucidativas sobre o seu uso. A pesquisa tem vindo a expandir-se e novas abordagens têm sido encontradas e discutidas. Podemos ver esta informação destacada em: “The agenda setting research has rapidly expanded beyond its original theoretical domain, the interface of the mass media agenda and the public agenda.” (McCombs & Shaw, 1993, p.59)

O agenda-setting tem como propósito priorizar assuntos que sejam mais relevantes dentro de um leque de temas, de modo a focar a atenção das pessoas numa direção. Esta afirmação é suportada em: “The most important thing about any agenda is the fact that it reflects some form of ordering or prioritization.” (Zahariadis, 2016, p.5)

Segundo Zahariadis (2016), estudar a agenda como lista de prioridades ajuda a compreender melhor os valores sociais e as perspetivas diferentes que são tidas em conta na sua construção. Consoante a sociedade e a cultura em que se vive, a definição da agenda vai divergir. Esta ideia está presente em: “What is considered to be an important issue differs over time and across societies not only as a matter of preference but also as a matter of Dynamics.” (Zahariadis, 2016, p.6)

O agenda-setting direciona a atenção do público alvo para uma determinada informação, influenciando não só o assunto a pensar como também a forma como deve ser pensado. Quando um tema é destacado, por conseguinte é considerado relevante pelo público e, quando a informação é assimilada, o pensamento sobre o assunto vai mudar, indo de encontro ao objetivo por detrás da definição da agenda. McCombs e Shaw (1993) dão ênfase a este raciocínio em:

“Agenda setting is considerably more than the classical assertion that the news tells us *what to think about*. The news also tells us *how to think about it*. Both the selection of objects for attention and the selection of frames for thinking about these objects are powerful agenda-setting roles.” (McCombs & Shaw, 1993, p.62)

Zahariadis (2016) considera extremamente importante o processo de definir prioridades. A escolha de temas para tratar com maior relevância precisa de ser feita meticulosamente, pois vai definir a urgência e importância dos assuntos sobre os quais as pessoas vão tomar conhecimento e que vão captar a sua atenção limitada. Este pensamento está presente em:

“Attention is scarce and therefore individuals as well as institutions have to establish priorities. Priorities are items that are considered to be the most important and that need to be urgently addressed.” (Zahariadis, 2016, p.5)

A definição de prioridades é o objetivo central do agenda-setting e acontece sempre, independentemente de poderem ser tratadas diversas faces de uma questão dentro da agenda. Esta constatação pode ser vista em: “Even when multiple attributes of an issue are included on the news agenda, there is likely to be a perceptible set of priorities.” (McCombs & Shaw, 1993, p.63) O processo de filtrar tópicos para definir as prioridades dentro da agenda engloba valores, qualidade e acessibilidade da informação. Ideia presente em: “If agendas are about forming priorities, actionability in addition to values and accessibility are key ingredients of the filtering process.” (Zahariadis, 2016, p.6)

Zahariadis (2016) destaca quatro atributos do agenda-setting, que considera terem impacto no público, chamando-lhes os “4 P’s”: poder, percepção, potência e proximidade. Poder é a característica à qual o autor dá mais importância, defendendo que serve para persuadir e manipular o público através da informação. Percepção é vista pelo autor como a forma como os assuntos são vistos e considerados importantes e o porquê dessa interpretação. Potência equivale à intensidade das consequências da informação que a agenda tem no público. Por último, proximidade, refere-se à forma como a proximidade da informação às vidas das pessoas (ou seja, a maneira como se identificam com o que veem/leem), define a atenção que vai ser dedicada ao assunto.

## **2. Os media e a seleção de notícias**

É fundamental haver uma seleção de notícias por parte dos media, para decidir o que vai ser passado para o público. Para isso é necessário que haja um público disponível e disposto a receber a informação transmitida pelos media. Esta ideia é visível em: “If there is a media message and no audience, there is no agenda-setting.” (McCombs, Shaw & Weaver, 2014, p.793)

Consoante os interesses e motivações de cada um, o foco em relação aos media também vai divergir. Geralmente as pessoas procuram o que lhes agrada e assim sendo escolhem quais os meios de comunicação que melhor se adequam aos seus interesses

e com os quais mais se identificam, de acordo com o tipo de notícias que são transmitidas. McCombs, Shaw e Weaver (2014) reforçam esta ideia em:

“We have choices and we are using them to mix agenda messages into communities that satisfy our individuality. We sample among media, such as network broadcasting, that reach for everyone. We draw from media, such as sports magazines, Websites, or blogs that fit our personal interests or the interests of others whom we value.” (p.793)

Atualmente existe uma grande diversidade de meios de comunicação, que transmitem notícias sobre temas distintos. A realidade que nos é transmitida através dos media passa por um processo de estruturação antes, sendo que é criada precisamente para nos atrair e captar a nossa atenção. McCombs (2014) completa este raciocínio em:

“Today we have a vastly expanded panoply of communication channels, but the central point is the same. For nearly all of the concerns on the public agenda, citizens deal with a second-hand reality, a reality that is structured by journalists’ reports about these events and situations.” (p.1)

Através da seleção de notícias que é feita no dia-a-dia, os jornalistas conseguem focar a atenção do público num assunto e de certa forma influenciar as opiniões das pessoas em relação ao que consideram errado ou correto. O papel dos media é precisamente selecionar a informação, de modo a realçar temas que considerem importantes e merecedores de discussão. Essa é a sua função na definição da agenda. Podemos verificar esta constatação em:

“This role of the news media in identifying the key issues and topics of the day and their ability to influence the salience of these issues and topics on the public agenda has come to be called the agenda-setting role of the news media.” (McCombs, 2014, p.1)

A relação entre o público e os media tem de ser congruente para que possa haver concordância e consecutivamente interesse em saber mais. Ao ganhar interesse por um meio de comunicação, as pessoas tornam-se mais abertas a receber informação e a confiança relativamente à veracidade e fidedignidade da informação vai também

aumentar. Este raciocínio pode ser visto em: “The correlation between media and public needs to have some reasonable level of agreement.” (McCombs, Shaw & Weaver, 2014, p.794) A lógica dos media tem como intenção atrair o público e transmitir informação para esclarecer e cativar as pessoas. Esta ideia pode ser comprovada em, passando a citar: “Media logic is defined as a form of communication, and the process through which media transmit and communicate information.” (Altheide, 2013, p.225)

Existem várias formas de comunicar a relevância dos tópicos ao público. No jornalismo é através das notícias de destaque, do tamanho do título e do *lead*, do comprimento das histórias, que se consegue perceber qual a importância dos assuntos que estão a ser tratados. Essas pistas que os jornais deixam servem para atrair as pessoas a ler sobre o tema em questão. Esta ideia está presente em:

“The lead story on page 1, front page versus inside page, the size of the headline, and even the length of a story all communicate the salience of topics on the news agenda.” (McCombs, 2014, pp.1-2)

A agenda influencia a opinião do público e a forma como as situações são vistas. Quando um assunto requer atenção e ação por parte das pessoas, é repetido continuamente pelos media. Diversas vezes vemos no noticiário notícias sobre o mesmo tema durante dias seguidos, sendo o foco de atenção e tema de discussão tanto em televisão como em jornais, rádio e revistas, até perder relevância. A repetição de um assunto revela a sua importância. McCombs (2014) reforça este pensamento em: “For all the communication media, the repetition of a topic day after day is the most powerful message of all about its importance.” (p.2)

O público forma a sua opinião acerca dos assuntos que são expostos nos media. De certa forma, a agenda define a opinião pública através da decisão de quais os temas considerados importantes ou irrelevantes, merecedores ou não de discussão. Ao estabelecer aquilo que vai chamar a atenção do público, está a definir-se aquilo que vai ser pensado e debatido. Raciocínio justificado em:

“The public uses these salience cues from the media to organize their own agendas and decide which issues are most important. Over time, the issues emphasized in news reports become the issues regarded as most important

among the public. The agenda of the news media becomes, to a considerable degree, the agenda of the public. In other words, the news media largely set the public agenda.” (p.2)

Enquanto existe uma quantidade ampla de assuntos a competir pela atenção do público, apenas alguns conseguem fazê-lo com sucesso. Os meios de comunicação têm bastante influência nas percepções das pessoas sobre os assuntos mais importantes do dia. Não se trata de uma influência premeditada, segundo McCombs (2014), mas sim de uma influência inadvertida que resulta da necessidade dos meios de comunicação selecionarem e destacarem tópicos sobre as notícias mais salientes do momento.

## **CAPÍTULO IV – CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE DAS MULHERES**

### **1. Emergência do movimento feminista**

O Feminismo é um movimento que procura analisar e chegar a conclusões sobre injustiças de género, de modo a poder criar mudanças positivas e alcançar igualdade para as mulheres. Comprova-se este pensamento em: “Feminism is a movement that searches and locates the loopholes that the women face in a society and tries to issue solvable ways.” (Hossain, 2015, p.308)

Hossain (2015) considera que a sociedade incentiva desde sempre a mulher a ser vista de forma inferior e submissa comparativamente ao homem. Destaca que o tipo de discurso geralmente utilizado com as mulheres tem um impacto de tal forma negativo que leva a que estas construam a sua imagem de si mesmas através de um lugar de silêncio, obediência e fraqueza. Podemos verificar este raciocínio em:

“This discourse is the amalgamation of an attitude (of course cohesive male centric) towards women that formulates the basic female centric identity – quiet, weak, affectionate child rearing figure, throughout the world irrespective of time, place and society.” (Hossain, 2015, p.309)

Bennett (1989) afirma que enquanto acadêmica de estudos de feminismo tem uma responsabilidade, juntamente com os seus colegas, de compreender os assuntos relacionados com injustiças e desigualdade de gênero, e de abordar a opressão pela qual as mulheres passam. Esta declaração está presente em:

“As feminist academics, we must have two agendas: first, to eradicate the misogynistic traditions of academia in its many, entrenched forms, and second, to contribute – through our privileged position as educated people, as research scholars, as teachers – to the understanding of (and hence, final eradication of) women’s oppression” (Bennett, 1989, p.256)

Bennett (1989) considera que aqueles que têm o privilégio de estudar e obter uma formação, detêm também o dever de educar quem tem pouco conhecimento sobre assuntos que saiam dentro do padrão tipicamente construído pela sociedade. Questões relacionadas com gênero, classe e raça são destacadas pela autora, que considera estes tópicos extremamente importantes, reforçando que devem ser discutidos de forma equilibrada, de modo a que nenhum seja deixado de parte.

A primeira onda do feminismo (entre 1880 e os anos 20) teve como principal objetivo destacar a condição da mulher na sociedade, tendo como preocupação principal a luta pelo voto, acesso à educação, posse de propriedades, questões relacionadas com profissão, possibilidade de divórcio e mudança na forma como era visto o trabalho doméstico. Já a segunda onda do feminismo (nos anos 60 e 70) focou-se na libertação da mulher da subjugação autoritária patriarcal da representação do seu corpo e do significado que lhe era dado. (Hossain, 2015)

O movimento feminista começou a ganhar mais força a partir dos anos 70, quando começaram a surgir mais ideias e pensamentos significativos sobre as injustiças de gênero para as mulheres. Desses pensamentos resultaram atitudes de revolta e indignação, que levaram o movimento para a frente. Ideia presente em: “The new movement generated much speculation about the sources of female discontent and why it was articulated at this particular time.” (Freeman, 1973, p.792)

Freeman (1973) destaca dois grupos dentro do movimento feminista denominado Movimento de Libertação das Mulheres, sendo eles: grupo de Direitos das Mulheres e grupo de Libertação das Mulheres.

O primeiro grupo é o mais antigo por ter tido o seu começo primeiro e por ser constituído por pessoas mais velhas. Freeman (1973) confirma esta afirmação em: “partly because it began first and partly because the median age of its activists is higher.” (Freeman, 1973, p.795) Para além de ser um grupo que se desenvolveu há mais tempo, contém também diversas organizações que o constituem e lutam pelos mesmos objetivos, destacando-se a NOW (National Organization for Women). Esta informação está presente em:

“It contains numerous organizations, including the lobbyist group (Women’s Equity Action League), a legal foundation (Human Rights for Women), over 20 caucuses in professional organizations, and separate organizations of women in the professions and other occupations. Its most prominent “core group” is The National Organization for Women (NOW), which was also the first to be formed.” (Freeman, 1973, p.795)

O segundo grupo é mais recente, composto por agregados mais pequenos, de pessoas mais jovens, envolvidas em várias atividades. Ambos os grupos começaram por ser constituídos maioritariamente por mulheres brancas, de classe média-alta, com estudos. Informação nítida em:

“In general, the different style and organization of the two branches was largely derived from the different kind of political education and experiences of each group of women. Women of the older branch were trained in and had used the traditional forms of political action, while the younger branch has inherited the loose, flexible, person-oriented attitude of the youth and student movements.” (Freeman, 1973, p. 797)

Nesta segunda onda do feminismo começaram a ser expressas críticas relativamente à cultura popular e os seus estereótipos e também sobre a forma como os media representam as mulheres. Silveirinha (1998) faz referência ao assunto em:



“Desde o início do movimento do feminismo de segunda vaga, que se começaram a expressar fortes críticas sobre os estereótipos na cultura popular, sobre a forma como os media noticiosos cobrem os papéis das mulheres e mesmo sobre o retrato das preocupações feministas no feminismo organizado.” (Silveirinha, 1998, p.4)

A terceira onda do feminismo, a partir dos anos 80, percebeu a necessidade de as mulheres terem acesso à educação para poderem desenvolver competências e conhecimento, contribuindo para a sua formação de identidade. (Hossain, 2015)

Torronen e Rolando (2016) realçam a forma como a educação para as mulheres cresceu e se desenvolveu nos anos 80, e como essa mudança resultou na presença significativa da mulher no mercado de trabalho, aumentando a sua autoestima e autonomia. Embora essas mudanças tenham trazido benefícios, a forma como as mulheres eram vistas continuou a ser um padrão difícil de quebrar, continuando a ter a sua identidade percecionada através da sua vida privada e ocupações em tempo livre, e não através da profissão que exerciam. Pensamento presente em:

“Even in their new subject positions, women are still associated with stereotypical gender attributes, as actors who build their identities on the stages of their private life and leisure time.” (Torronen & Rolando, 2016, p.25)

Carden (1974) considera importante perceber que o feminismo não tem como objetivo eliminar as diferenças entre os dois géneros, mas sim aceitar as diferenças e tratar homens e mulheres com igualdade a todos os níveis. A autora realça a forma como a biologia tem sido utilizada como justificação para o tratamento divergente dos géneros, e constata que o ambiente de inserção na sociedade tem um impacto mais relevante no comportamento de cada um do que a biologia. Podemos ver este raciocínio em:

“Today’s feminists argue that far too much has been made of the biological differences between men and women. For them, different socialization processes account for a larger part of the observed differences in men’s and women’s behavior, while biology plays only a minor role. (Carden, 1974, p.11)

Neculaesei (2015) apoia esta visão, destacando que o feminismo tenta precisamente explicar que as diferenças entre os géneros fortalecem a sociedade se forem vistas como positivas e benéficas. Esta ideia é apoiada em: “Being physically or mentally different does not mean to be superior or inferior; that’s exactly what feminism is trying to explain.” (Neculaesei, 2015, p.34) A autora dá ênfase à forma como os estereótipos de género desvalorizam as mulheres e lhes retiram inteligência, fazendo-as parecer inferiores e menos capazes. Podemos confirmar este pensamento na seguinte citação:

“In general, gender stereotypes (provided mostly by the representatives of the opposite sex) devalue woman, who is regarded as being inferior to man, without capacity to reason.” (Neculaesei, 2015, p.34)

Os estereótipos de género são uma questão prevalente na sociedade há anos, justificada pelas diferenças biológicas entre os géneros, num sistema que elogia os homens e desvaloriza as mulheres. Carden (1974) aborda o assunto, considerando que as feministas veem a biologia como uma questão minoritária, e o ambiente criado pela sociedade como o foco principal do problema. Esta ideia é visível em:

“Their argument for equality is based upon the belief that the biologically derived differences between the sexes are relatively minor and that a vast inequitable system has been built upon the assumption that such differences are basic and major.” (Carden, 1974, p.11)

Silveirinha (1998) fala sobre as diferenças entre o discurso da igualdade e o discurso das diferenças de género, indo de acordo ao discurso das autoras mencionadas previamente. A autora considera impossível usar uma medida de “igualdade” conceptualizada do ponto de vista masculino, pelo que acredita que é necessário superar essa perspetiva e aceitar que existem diferenças entre os dois géneros que devem ser aceites e aproveitadas. Essa é uma função imprescindível do feminismo. Podemos verificar esta ideia em:

“A ‘diferença de género’ tornou-se, assim, a estratégia selectiva activa para lidar com uma reavaliação das mulheres e o que passou a estruturar uma parte do seu movimento foi não só a igualdade dos direitos mas o direito à diferença.” (Silveirinha, 1998, p.5)

Carden (1974) afirma que de forma consciente ou inconsciente, quase todas as pessoas contribuem para a opressão e o condicionamento das mulheres. Este pensamento está presente em: “The new feminists feel that consciously or unconsciously almost everyone cooperates in this “oppressive” socialization or “conditioning””. (Carden, 1974, p.11) Isso acontece através da forma como as crianças são educadas, de ensinamentos que lhes são passados e também através de imagens representadas nos media, que contribuem fortemente para a forma como as pessoas se veem a si mesmas.

## **2. Representação da mulher nos media**

Os media constituem uma forma de representação significativa para o público. O significado que é atribuído aos assuntos discutidos nos meios de comunicação vai influenciar o modo como nos vemos e as percepções que temos de nós próprios e dos outros. Silveirinha (1998) destaca este pensamento em:

“Mais do que simples lugares de representação, os media constituem-se como práticas significantes e sistemas simbólicos públicos pelos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos, criando novas possibilidades do que somos e do que podemos vir a ser.” (p.2)

Através dos meios de comunicação, não só encontramos nova informação acerca de assuntos sobre os quais podemos já ter conhecimento, como também adquirimos novos dados que podem influenciar a nossa visão sobre o mundo, sendo também criado um elo de ligação e partilha entre o público que assimila o que lhe foi transmitido. Ideia reforçada em:

“A comunicação, com efeito, é muito mais do que a produção de imagens: é o dar-e-receber de mensagens que dizem respeito ao nosso mundo da vida e que coordenam as nossas experiências dele num horizonte inclusivo que nos une como pessoas humanas racionais e autónomas.” (Silveirinha, 2012, p.99)

A autora defende que pensar a comunicação é pensar sobre as possibilidades que temos de partilhar as nossas necessidades e reivindicações num espaço vastamente

ocupado pelos media, que pode vincular o que publica indo de acordo às necessidades tanto das mulheres como dos homens. Faz ainda uma crítica aos media, pelo tipo de imagem que passam da mulher, ao mostrarem pouca preocupação com igualdade de género. Podemos verificar este pensamento em:

“Os *media* não apenas não encorajam a implementação da igualdade entre mulheres e homens, como parecem, de facto, constituir-se em mecanismos que impedem as necessárias transformações que podem conduzir a essa igualdade.” (Silveirinha, 2012, p.100)

Sobre a representação das mulheres nos meios de comunicação, Silveirinha (2012) considera escassa a presença feminina em posições de poder e tomada de decisão, levando a que haja uma imagem pouco empoderada da mulher e das suas capacidades.

Altheide (2013) estuda o impacto dos media nas pessoas, com foco no medo gerado por algumas notícias. O “discurso do medo”, como o autor lhe chama, contribui fortemente para a construção de uma sociedade problemática, com pouca hipótese de livre arbítrio no que toca a alguns temas e à forma como são vistos. Desse modo os media acabam por controlar o mundo noticioso, através da forma como expõem as reportagens para o público sentir interesse. Quanto mais o público se identifica com o que está a consumir, mais relevância terá a notícia. Este raciocínio pode ser comprovado em:

“Built on a narrative structure that adds story-like coherence, with a beginning, middle, and end, the problem frame is both universal and specific, abstract and real. For entertainment and audience identification purposes, the closer the reader/listener/viewer is to the actual event, the more salience the report.” (Altheide, 2013, p.232)

Acompanhando a lógica do pensamento apresentado acima, podemos constatar que a forma como a mulher é retratada nas notícias, e o modo como essa imagem está já implementada no quotidiano da sociedade em que vivemos, contribui para que haja uma prevalência do machismo sem represálias de qualquer tipo, tornando difícil a concretização de mudanças.

Simon e Hoyt (2012) exploram a forma como as mulheres são representadas nos media e concluem que o modo como esse retrato é feito tem um impacto negativo nas mulheres e leva a que as mesmas se sintam inseguras e incapazes de assumir posições de liderança. Podemos confirmar esta afirmação em:

“Although these gender stereotypes conveyed by the media may no longer prevent women from pursuing a career in general, they do seem to dampen women’s motivation to attain more traditionally masculine roles, such as leadership positions.” (Simon & Hoyt, 2012, p.235)

As autoras consideram que embora a liberdade de escolha para as mulheres esteja a evoluir, existem ainda entraves para o género feminino que dificultam não só as suas conquistas como a crença de que são capazes de assumir posições mais dominantes e de poder na sociedade. A exposição das mulheres a imagens que vão contra estereótipos de género podem ajudar a quebrar crenças tóxicas sobre os papéis do homem e da mulher e a incentivar esta última à obtenção de um papel de liderança. Esta ideia pode ser vista em: “Exposure to media images of women in counterstereotypical roles can help to break rigid gender stereotypes and gender role beliefs.” (Simon & Hoyt, 2012, p.241)

A representação importa, e pode ter impactos sobrevalorizados nas pessoas que se identificam e vão desenvolvendo, por conseguinte, uma imagem mais definida de si mesmas. Representações feitas com base em estereótipos de género trazem consequências negativas para a imagem que as mulheres têm de si próprias, pelo facto de serem vistas como submissas e menos capazes. Latu, Mast, Bombari, Lammers e Hoyt (2018) consideram por isso importante a exposição do público a mulheres em posição de liderança, não só para elevar a autoconfiança, como também para aumentar a crença de que a mulher pode ser bem-sucedida nesse papel. Esta noção está presente em: “Several studies have shown that successful women can be inspiring in demonstrating that success is attainable.” (p.12)

Simon e Hoyt (2012) seguem o mesmo raciocínio, sendo que consideram a representação mediática da mulher [em papéis que vão contra estereótipos] de extrema importância para o seu desenvolvimento desde pequenas. Pode assim ser cultivada uma

imagem mais positiva e confiante, originando também uma postura mais ativa e segura na sociedade. Podemos acompanhar esta ideia em:

“If more media images of women in counterstereotypical roles were utilized, women from a young age may develop more flexible gender role beliefs that incorporate stereotypical masculine traits (or agentic traits) and roles such as leadership.” (Simon & Hoyt, 2012, p.241)

As pessoas tendem a copiar comportamentos aos quais são expostas, consciente ou inconscientemente. Segundo Hess e Fischer (2014) não é necessário haver uma ligação emocional particularmente forte para que um comportamento seja imitado. Essa é uma característica intrínseca ao ser humano. As autoras consideram que a recriação de um tipo de comportamento acontece muitas vezes de forma inconsciente e sem que haja controlo sobre o seu exercício. Este pensamento está presente em:

“The underlying mechanism responsible for the spreading activation effect is that perceptual activity spreads to behavioral representations, which in turn increases the probability of imitating that same behavior, without conscious awareness, control, or intent.” (Hess & Fischer, 2014, p.48)

Latu et al (2018) consideram que existe uma tendência para as mulheres copiarem comportamentos de outras mulheres com posturas de líderes. Essa tendência leva a que o comportamento das mesmas se torne mais determinado e firme, tornando mais confortável a ideia de assumir uma posição de liderança. Este conceito está explícito em:

“We proposed that women tend to mimic the powerful (open) body postures of successful female role models, thus leading to more empowered behavior and better performance on a challenging leadership task, a process we called *empowering mimicry*.” (Latu et al, 2018, p.11)

O estudo destes autores concluiu que a visibilidade de mulheres líderes pode levar a avanços e melhorias para as mulheres e pode dar-lhes a oportunidade de se sentirem empoderadas e inspiradas. Pode ainda ensinar técnicas para lidar com obstáculos e situações desafiantes, de modo a criar novas respostas que, ao invés de

passarem por uma posição submissa, levem a que as mulheres se defendam e falem com confiança sobre os assuntos que consideram importantes. Esta ideia é visível em:

“Essentially, female leader role models can show women how to behave in challenging situations – how to speak, stand or move. In turn, women may model those behaviors and, as a result, be empowered by the female leader role models.” (Latu et al, 2018, pp.11-12)

Latu et al (2018) consideram que ao dar destaque à representação de mulheres em posição de liderança, essa representação funcionará como um gatilho para despertar um sentimento de confiança e poder em quem é exposto a esse cenário, podendo levar a que seja criado um interesse maior nas mulheres em adquirirem trabalhos vistos como tipicamente masculinos na sociedade. Ideia exposta em:

“We argue that increasing women’s visibility in leadership is important because female leaders’ visibility is the engine that can further drive the advancement of women in leadership, by offering women the opportunity to imitate and be empowered by successful female role models.” (Latu et al, 2018, p.12)

### **3. Construção de identidade**

Cada pessoa tem uma identidade, que se vai formando desde o momento em que começa a interagir com os outros e inicia o seu desenvolvimento biológico e psicológico enquanto indivíduo. A construção de identidade é, portanto, o processo através do qual as pessoas definem quem são. Podemos encontrar esta informação em:

“*Identity construction*, then, is the process through which actors come to define who they are. The key outcome of identity construction at the individual level is *identification*, the extent to which one internalizes a given identity as a (partial) definition of self.” (Ashforth & Schinoff, 2016, p.113)

Ashforth e Schinoff (2016) consideram que a construção de identidade bem-sucedida do indivíduo é importante para o bom funcionamento da pessoa, tanto a nível

peçoal como a nível profissional. Quando o processo de construção de identidade se desenvolve com sucesso, as pessoas têm uma melhor perceção de quem são e daquilo com que se identificam. Esta ideia pode ser vista em: “The upshot of the identity construction process, when successful, is that individuals develop a sense of who they are in their local contexts.” (Ashforth & Schinoff, 2016, p.127)

Através da procura de sentido, os indivíduos pretendem compreender aspetos sobre si mesmos, explorando a sua identidade ao observarem quem foram no passado, quem são no presente e em quem se estão a tornar. Receber opiniões positivas de outras pessoas sobre quem são ajuda também a que haja um sentimento de maior conforto e confiança na própria pele. Este raciocínio está presente no seguinte excerto:

“Individuals engage in sensemaking to construe who they are or “should be” becoming, enacting their incipient identity and formulating a narrative that connects their past and present to a desired future. Individuals may follow their heart (affect), hands (behavior) or head (cognition) into internalizing the identity. Assuming that their initial enactments and narrative receive feedback and social validation from colleagues and others, individuals come to feel more comfortable, emboldening further enactments.” (Ashforth & Schinoff, 2016, p.128)

Desde o momento em que nascem, as pessoas estão inseridas numa sociedade já estruturada e organizada. Assim sendo, a sua formação de identidade vai ser influenciada pelo ambiente em que crescem e se desenvolvem, assim como pelo conjunto de regras que a sociedade tem definidas para que haja uma boa dinâmica de organização entre deveres e direitos. Este raciocínio pode ser apoiado em: “Social categories precede individuals; individuals are born into an already structured society.” (Stets & Burke, 2000, p.225) Embora a sociedade tenha influência na forma como cada pessoa se desenvolve, cada um forma a sua identidade e história únicas através das suas vivências e exercício de livre-arbítrio. Ideia exposta em:

“Each person, however, over the course of his or her personal history, is a member of a unique combination of social categories; therefore the set of social identities making up that person’s self-concept is unique.” (Stets & Burke, 2000, p.225)



As pessoas sentem-se bem consigo mesmas através da identificação com os outros. É com o apoio e validação daqueles que as rodeiam que a confiança do ser humano é reforçada e a sua personalidade solidificada. O convívio e a partilha de ideias e valores intensifica a segurança em quem o indivíduo é e leva a que a identidade se consolide. Podemos ver este pensamento em:

“It is possible that people largely feel *good* about themselves when they associate with particular groups, typically feel *confident* about themselves when enacting particular roles, and generally feel that they are “real” or *authentic* when their personal identities are verified.” (Stets & Burke, 2000, p.234)

Sendo que vivemos numa sociedade que sempre destacou o homem como exemplo e figura de poder, a construção de identidade para as mulheres é desde cedo influenciada de forma negativa pela falta de valorização e consideração pelas suas capacidades. Numa sociedade intrinsecamente machista, os homens definem de que forma as mulheres são vistas e, assim sendo, dificilmente haverá uma visão igualitária dos dois géneros. Woodard (2000) destaca esta ideia em:

“As identidades nacionais produzidas são masculinas e estão ligadas a concepções militaristas de masculinidade. As mulheres não fazem parte desse cenário, embora existam, obviamente, outras posições nacionais e étnicas que acomodam as mulheres. Os homens tendem a construir posições-de-sujeito para as mulheres, tomando a si próprios como ponto de referência.” (Woodard, 2000, p.10)

Murphy (2004) partilha uma perspetiva semelhante à de Woodard (2000) acerca da posição das mulheres na sociedade e das consequências dessa discrepância entre os dois géneros na formação de identidade das mesmas. Murphy (2004) realça a forma como as mulheres não conseguem ter a sua identidade formada de forma independente pois na sociedade em que se vive o homem é considerado o centro, o tomador de decisões, e o exemplo a seguir. Podemos verificar este raciocínio em:

“Women are programmed to refer to men for their identities as well, but the program is seriously stacked against them. In the heterosexual model, a woman’s “knowledge of who she is” cannot be separate from her relation to an individual man. The only validation of her self-worth to which she is entitled is whatever identity she gets from being supportive to, and the property of, a man.” (Murphy, 2004, p.41)

Podemos então concluir que a identidade das mulheres é formada através de uma base pouco solidificada e segura. Assim sendo, desde pequenas as mulheres constroem uma ideia de si mesmas em grande parte influenciada pelo poder e dominância dos homens, sentindo-se desvalorizadas e pouco capazes. De que forma é que esta realidade continua a manifestar-se nos dias de hoje? Que tipo de representação das mulheres é apresentada nos meios de comunicação?

## **CAPÍTULO V - A COBERTURA JORNALÍSTICA DA MULHER NA VISÃO**

### **1. Objetivos e pertinência do tema**

A representação da mulher nos media tem sido uma questão estudada ao longo dos anos, analisada por movimentos de feminismo e por académicos que se propõem a explorar diversos tipos de problemáticas.

O presente estudo tem como objetivo explorar a representação da mulher na Visão que, sendo uma revista de renome em Portugal, tem a responsabilidade de abordar tópicos de relevância e questões que devam ser discutidas de forma mais consciente. Cabe aos meios de comunicação estarem atentos à forma como passam notícias sobre a mulher, sendo que essa representação pode influenciar o público que assiste de forma positiva ou negativa.

Durante o estágio realizado na Visão, pude constatar que embora sejam desenvolvidas notícias sobre mulheres e assuntos dentro do feminismo, poderia haver mais visibilidade para mulheres dentro de minorias. Uma maior variedade de abordagens de raça, etnia, orientação sexual ou identidade de género poderiam fazer a diferença na forma como as notícias são vistas e interpretadas pelo público. Creio que é importante não só reforçar temas já discutidos, mas também criar espaço para que se possam iniciar discussões atuais sobre temáticas menos destacadas até ao momento.

#### **1.1. Questões de investigação**

Tendo em conta a literatura previamente discutida neste relatório, a análise que se seguirá pretende examinar a cobertura jornalística da mulher na Visão, percebendo de que forma essa representação está a ser feita. Assim sendo, colocam-se as seguintes questões:

**Q1.** *De que forma é que o agenda-setting está a influenciar a visão que as mulheres têm de si mesmas?*

**Q2.** *Em que circunstâncias é que a mulher é protagonista das notícias na Visão?*

## **2. Metodologia**

Com o objetivo de responder às questões colocadas, foi criada uma metodologia dividida em duas partes: observação participante da estagiária no período de três meses de duração do estágio; análise de dados – que consistirá em analisar notícias da Visão, tanto em revista escrita como em formato digital.

### *Análise de dados*

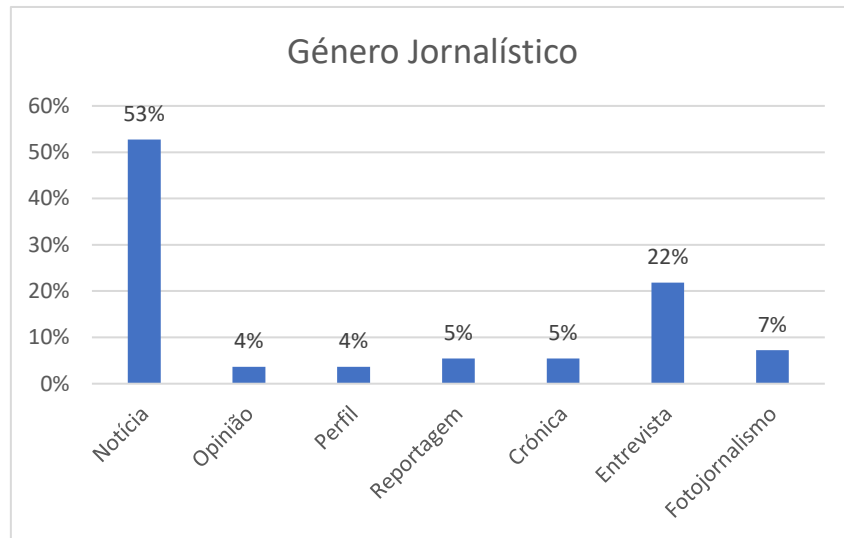
De modo a efetuar um estudo completo, será feita uma **análise de conteúdo**, através de métodos quantitativos (criação de uma base de dados, com tabelas e gráficos) e uma **análise de discurso**, através de métodos qualitativos (interpretação de conceitos de modo a chegar a conclusões posteriormente).

## **3. Análise e Discussão dos Resultados**

### **3.1. Análise referente à Forma e Conteúdo**

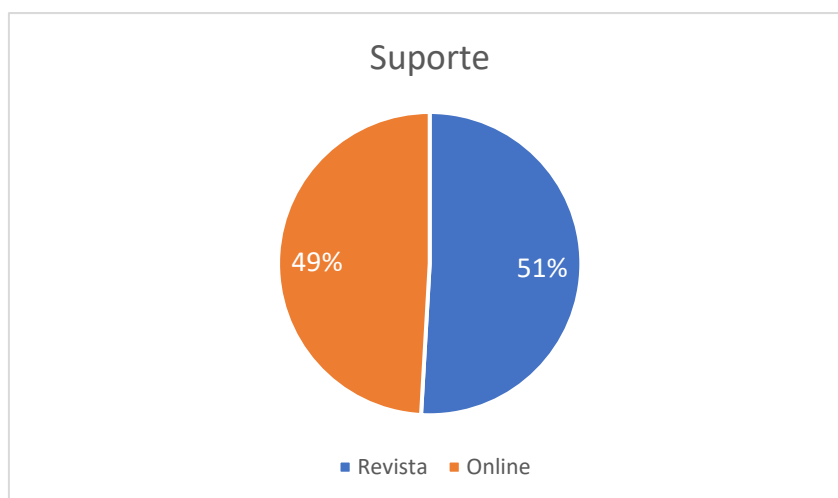
Para a realização desta análise foram selecionados um total de **55 conteúdos jornalísticos**, escolhidos de acordo com a participação e relevância da mulher nessa peça, entre os meses de setembro e dezembro de 2019.

**Gráfico 1. Género Jornalístico**



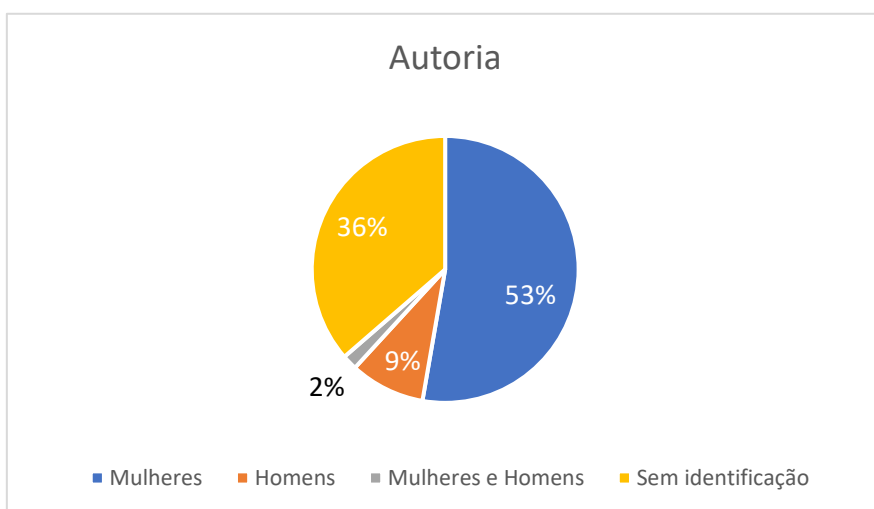
De acordo com o **Gráfico 1.**, o género jornalístico mais utilizado foi a Notícia, num total de 53%, seguido pela Entrevista (22%). Podemos verificar um número bastante reduzido de reportagens, correspondendo a apenas 3 de 55 conteúdos.

**Gráfico 2. Suporte**



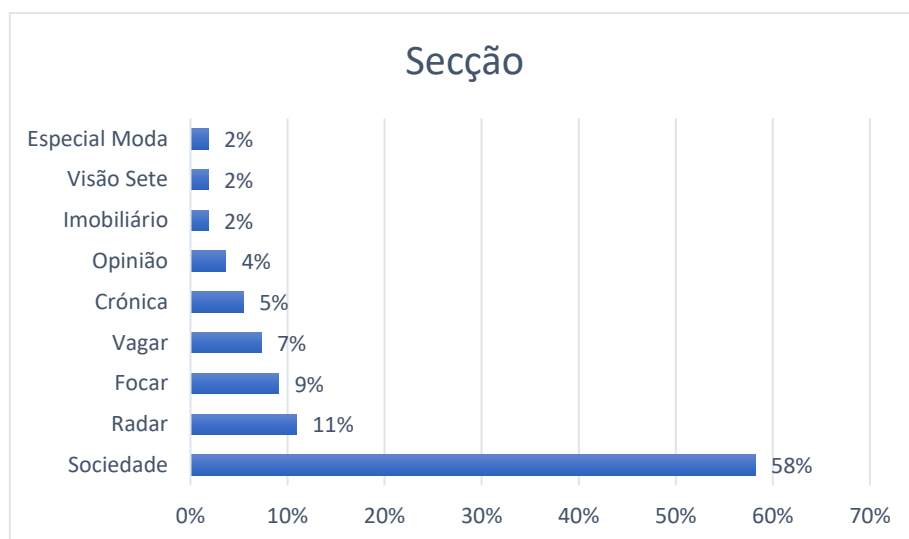
Observando o **Gráfico 2.**, podemos constatar que foram eleitos 28 conteúdos jornalísticos da Revista Impressa, e 27 do Online, obtendo um equilíbrio para uma análise justa de ambas as plataformas.

**Gráfico 3. Autoria**



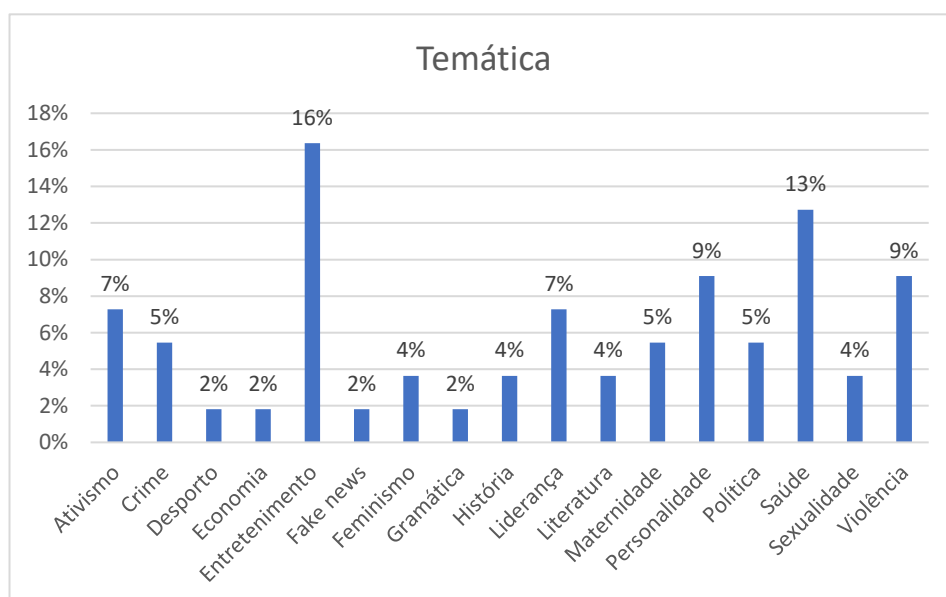
Podemos observar, segundo o **Gráfico 3.**, que a maioria das peças foram escritas por mulheres, num total de 29 conteúdos, sendo que existe também uma percentagem alta de autores sem identificação, correspondendo a 20 conteúdos jornalísticos publicados sem que seja possível determinar a sua autoria.

**Gráfico 4. Secção**



As peças seleccionadas para análise foram obtidas na sua maioria da secção da Sociedade, tendo sido escolhidas 32 no total. A prioridade seria explorar essa secção por ter sido a eleita para a realização do estágio curricular, no entanto foi necessário expandir a análise para outras secções também, pela falta de conteúdo encontrado relacionado com mulheres. Assim sendo, foram seleccionados 15 conteúdos pertencentes ao Vagar, Focar e Radar; 3 crónicas; 2 artigos de opinião e um pertencente a cada uma das seguintes divisões: Visão Sete, Imobiliário e Especial Moda.

**Gráfico 5. Temática**



As categorias de análise elegidas para o **Gráfico 5** foram selecionadas após a leitura dos conteúdos jornalísticos. A temática do Ativismo engloba manifestações sobre greves climáticas e o estado do planeta; na categoria de “Fake News” foram destacadas notícias falsas que estavam a circular sobre mulheres de destaque na sociedade. “História” foi uma temática escolhida que inclui acontecimentos históricos e recordações de momentos históricos do passado. “Gramática” foi escolhida como categoria pois os conteúdos que lhe foram atribuídos destacam questões da língua portuguesa e do seu uso. Na categoria “Liderança” fala-se de mulheres em posições de líder, à frente dos seus próprios negócios.

A análise da temática teve particular relevância pelas conclusões a que foi possível chegar. Podemos verificar, de acordo com o gráfico representado acima, que a área de maior destaque para as mulheres é a área do Entretenimento, representando 16% dos conteúdos. Os conteúdos incluídos nesta temática estão relacionados com moda, música, representação e humor, tratando-se de conteúdos mais leves. Segue-se a área da Saúde (13%), e Violência e Personalidade (9% cada). Discussões acerca de feminismo foram poucas, havendo um total de 2 peças em 55.



Uma observação que podemos tirar da análise das temáticas elegidas pelos jornalistas da Visão é que existe uma grande variedade de temas discutidos no que toca ao envolvimento da mulher na notícia. No entanto, o foco principal na área do Entretenimento pode ser prejudicial pela falta de assuntos de maior importância que poderiam ser escolhidos ao invés de peças de diversão e passatempo.

Dentro dos temas relacionados com saúde foram incorporados artigos sobre Menstruação, com o intuito de quebrar o tabu em redor do tema. Silveirinha (2012) faz uma menção à forma como a comunicação trata temas relacionados com as mulheres, realçando a falta de abertura que ainda existe:

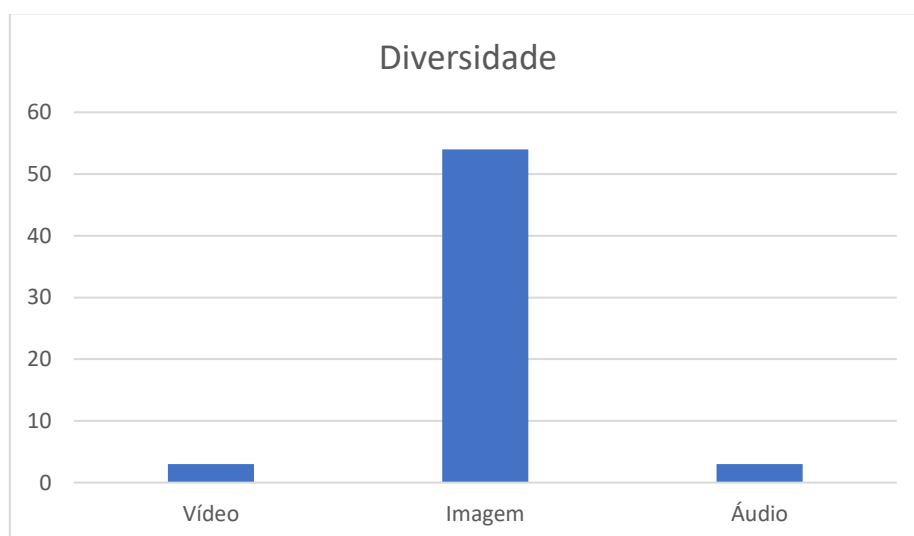
“O nosso conhecimento, neste domínio, talvez hoje mais do que nunca, contrasta fortemente com o discurso sobre as mulheres que surge na comunicação e que, com poucas exceções, permanece conservador.”

(Silveirinha, 2012, p.96)

Essa falta de discussão sobre assuntos relevantes para a construção de identidade das mulheres pode criar concepções negativas e ideias erradas sobre a forma como o corpo da mulher deve ser visto. Nesse sentido, a Visão teve uma iniciativa positiva ao escolher o tema Menstruação para ser tratado.

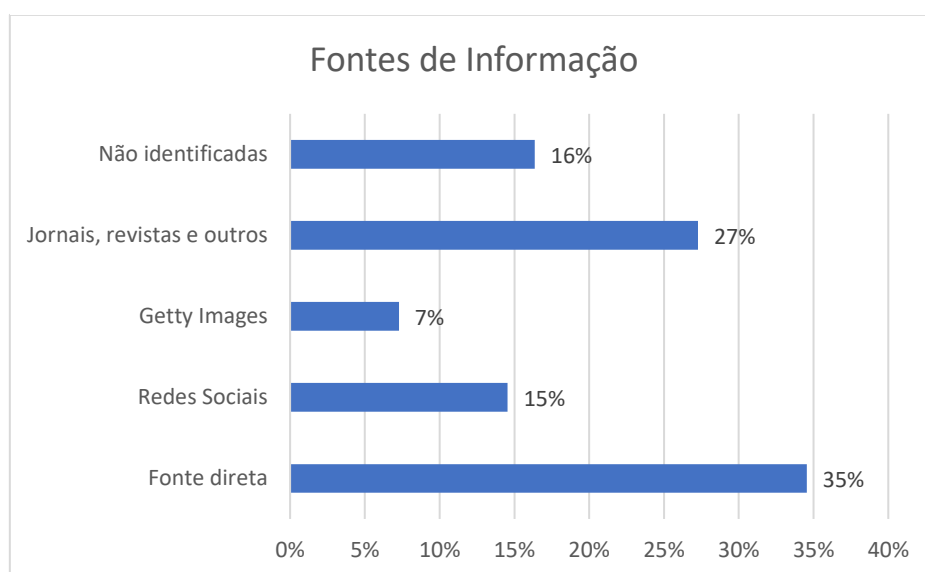
Feminismo só teve 2 peças – uma entrevista sobre o que é o feminismo, onde foi feita uma abordagem à desigualdade entre mulheres e homens; e um artigo sobre desigualdade entre mulheres e homens novamente, mas desta vez abordando a forma como as aspirações das mulheres são limitadas pela falta de representação em posições de poder. Jackson (2018) aborda no seu trabalho que existe algum receio, nomeadamente das mulheres, em identificarem-se como feministas. Segundo a autora, existe uma preocupação em serem vistas como “desprezadoras de homens”, “não femininas” ou “criadoras de problemas”.

**Gráfico 6. Diversidade**



Podemos verificar, através do **Gráfico 6.**, que 54 conteúdos incluem imagem. As opções de áudio e vídeo seriam viáveis somente no Online, porém tiveram pouca adesão, havendo um total de 3 utilizações destes utensílios.

**Gráfico 7. Fontes de Informação**



Relativamente às fontes de informação utilizadas para a produção dos conteúdos jornalísticos, podemos verificar, como mostra o **Gráfico 7.**, que a percentagem mais elevada corresponde a fontes diretas, num total de 19. Ou seja, os jornalistas obtêm respostas às questões relativas ao conteúdo que produzem através do diálogo direto com os participantes na peça. Porém, podemos também constatar uma percentagem elevada de fontes indiretas, correspondentes a jornais, revistas, *sites*, e ainda apoios através de redes sociais, num total conjunto de 42%.

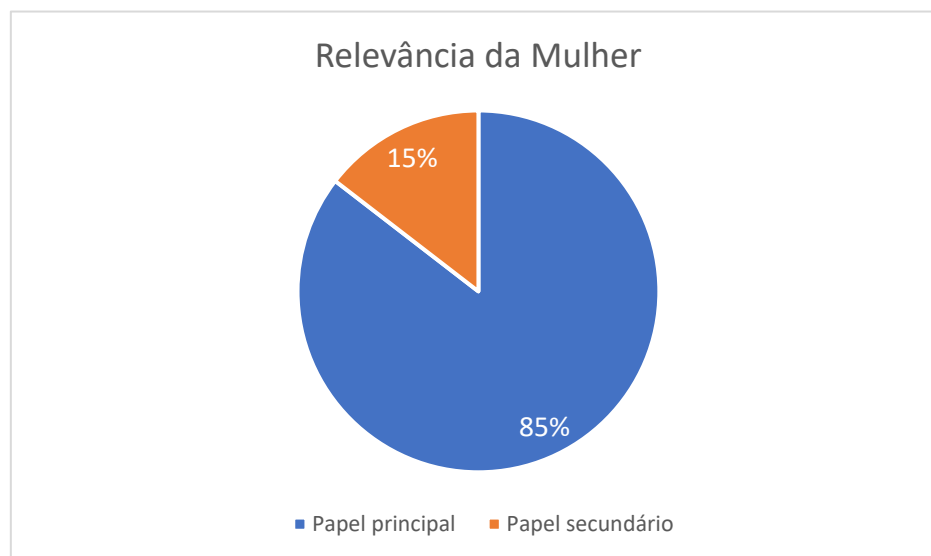
Broesma e Graham (2012) consideram que a relação entre os jornalistas e as suas fontes está no centro da prática do jornalismo. As fontes fornecem “blocos de construção” para que as histórias possam ser construídas.

Segundo os autores, cada vez mais a negociação através do diálogo tem sido ignorada, priorizando-se conteúdo publicado em *sites*, *blogs* ou redes sociais, ao invés de entrar em contacto direto com as pessoas. Podemos ver esta ideia presente em:

“Nowadays, however, this negotiation-through-conversation seems to be increasingly bypassed. Journalists simply include information that persons formerly known as sources have published themselves on their websites, blogs, or on social media without getting in touch with them directly.”

(Broesma & Graham, 2012, p.5)

**Gráfico 8. Relevância da Mulher**



Neste último gráfico foi observada a relevância da mulher nas peças que foram analisadas. Podemos verificar que, na grande maioria, a mulher ocupa o papel principal, com uma percentagem de 85%, correspondente a 47 conteúdos.

### **3.2. Análise referente ao Discurso**

Para uma investigação mais detalhada, segue-se a análise feita relativamente ao Discurso dos **55 conteúdos jornalísticos** selecionados previamente.

Segundo Scott (1988), a análise da linguagem no discurso é essencial para perceber as intenções por detrás do texto:

“The analysis of language provides a crucial point of entry, a starting point for understanding how social relations are conceived, and therefore – because understanding how they are conceived means understanding how they work – how institutions are organized, how relations of production are experienced, and how collective identity is established.” (Scott, 1988, p.34)

Assim sendo, para podermos chegar a respostas acerca do tema proposto, foi feita uma divisão entre as palavras-chave de cada peça jornalística, e uma seleção de expressões importantes encontradas.

Foram consideradas **palavras-chave** aquelas que apareciam mais vezes na notícia e aquelas que, após uma leitura atenta, considerei que melhor representavam o conteúdo da notícia.

Foi verificado que dentro do conjunto de palavras-chave, termos de cariz negativo tais como “violência”, “ira” e “desigualdade” aparecem com frequência. Palavras relacionadas com ativismo, tais como “manifestação”, “luta” e “protesto” são também protagonistas nas peças jornalísticas.

Foram ainda detetadas palavras como “maternidade”, “moda” e “fama”, entrando numa panóplia de temas tipicamente associados ao género feminino.

Na tabela abaixo podemos ver em que contexto as palavras mais encontradas surgiram nos artigos.

<b>Palavras-chave</b>	<b>Conteúdo</b>
Violência, ira, desigualdade	Artigos sobre violência doméstica; menstruação continuar a ser vista como tabu e despertar revolta nos conservadores; uma entrevista sobre a desigualdade entre géneros e o que é considerado ser feminista
Manifestação, luta, protesto	Diversas manifestações sobre ambiente e política; e lutas pessoais com problemas de saúde
Maternidade, moda, fama	Artigos sobre o que significa a maternidade e como a adaptação pode divergir de mulher para mulher; exclusão social de mães com poucas possibilidades; Estilo de roupa de uma personalidade conhecida; como uma escritora lida com a fama e a atenção que atrai

**Tabela 3.** Palavras-chave dos conteúdos jornalísticos analisados

Podemos constatar que a palavra “violência” aparece em contexto de violência doméstica, e que sentimentos de revolta como “ira” relacionam-se com temas considerados ainda “tabu” em algumas culturas – como a menstruação.

“Manifestação” e “protesto” aparecem em artigos relacionados com o ambiente e política, não havendo ênfase particular na mulher, embora haja mulheres protagonistas destas notícias.

Quanto ao tema “maternidade”, existem artigos que revelam uma discussão pertinente sobre o assunto, havendo um reconhecimento de como ser mãe é uma experiência diferente que varia de mulher para mulher – não se limitando, portanto, a mostrar uma visão cliché sobre o tema.

As palavras-chave oferecem algum contexto sobre os conteúdos utilizados para avaliação, no entanto é nas expressões encontradas ao longo de cada peça que a análise pode ser aprofundada.

Para concretizar a análise das **expressões importantes** sinalizadas, nomeio **seis categorias** nas quais enquadro aquelas que mais se destacaram ao longo da investigação feita. Em algumas das categorias, proponho alternativas para o discurso utilizado:

1. **Tom passivo** – expressões utilizadas na passiva ou de forma a aligeirar uma situação, retirando-lhe importância:

“Volta a dar-lhe protagonismo” – alternativa: “Conseguiu alcançar protagonismo através de”

“Assassinadas pelos parceiros” – alternativa: “Os parceiros assassinaram-nas”

“114 mulheres foram mortas” – alternativa: “Mataram 114 mulheres”

“Calou-se a voz (e a alma) da Parreirinha de Alfama” – alternativa: “Argentina Santos, conhecida como a Parreirinha de Alfama, morreu”

2. **Estereótipos de género** – utilização de expressões que de alguma forma contribuem para a visão estereotipada que existe da mulher:

“Imagem do homem ideal que a mulher procura” – assume que a mulher procura um homem, descartando qualquer outra orientação sexual, e define que existe um “homem ideal”, generalizando as preferências das mulheres

“No seu tom emotivo” – expressão utilizada em diversas peças, dando ênfase à emoção como traço característico das mulheres

“Gostava de passar mais despercebida?” – pergunta feita relativamente à fama de uma escritora, contribuindo para a ideia implementada pela sociedade de que a mulher deve evitar realçar-se. Uma possível alternativa seria “Gosta de ser reconhecida pelo seu trabalho?”

“Não tem medo de indignar ou de magoar alguém?” – expressão que apela ao lado emotivo da mulher, colocando-a em papel secundário no controlo das palavras que usa

**3. Controvérsia** – expressões que dão ênfase à falta de liberdade de expressão na sociedade relativamente às mulheres:

“disputadora e controversa”

“espírito rebelde”

“sem filtros”

Estas três expressões são utilizadas em contextos de mulheres que vão “contra a norma”, sendo por isso vistas como desafiadoras.

**4. Tom cómico** – expressões que conferem um tom cómico à peça, retirando credibilidade ao que está a ser dito:

“firme na sua decisão, pelo menos até agora” – alternativa: “firme na sua decisão”

“diz-se feminista” – alternativa: “feminista”

“o grau de indignação perante as injustiças ainda não foi domesticado” – alternativa: “mostra indignação perante as injustiças”

“De feminista precoce a princesa “empoderada”” – alternativa: “Princesa firme na luta feminista”

**5. Exclusão** – expressões que dão visibilidade à falta de representação e oportunidades para as mulheres:

“uma das primeiras empresárias”

“nenhum filme foi realizado por uma mulher”

“primeiro voo espacial conjunto para duas mulheres”

“é raríssimo encontrar uma mulher nestes patamares”

**6. Empoderamento** – expressões que valorizam as mulheres destacadas nas peças, conferindo-lhes o devido mérito:

“um fenómeno”

“cara da luta dos jovens”

“fez história”

“autora best-seller”

“converteram-se num símbolo mundial da luta da mulher”



## CONCLUSÕES

Tendo chegado ao fim deste trabalho, são várias as conclusões que podemos tirar, tendo em conta todo o conjunto de informação recolhida e analisada.

Como pudemos constatar através da literatura estudada, os media têm um papel de extrema importância no que toca à seleção de assuntos que vão ser abordados e consequentemente discutidos pelo público. Assim, o papel do agenda-setting é essencial na influência sobre os indivíduos. Silveirinha (2012) considera que os media têm falhado na abordagem de assuntos feministas, dando pouco destaque a temas relacionados com injustiças e desigualdade de género. Esta ideia está presente em: “Mostram como são insuficientes e como têm fracassado as poucas políticas a que as instâncias nacionais e internacionais se têm proposto no campo da comunicação.” (Silveirinha, 2012, p.96)

Ao longo da análise dos conteúdos jornalísticos feita anteriormente, pudemos averiguar que o leque de temas tratados pela Visão é vasto, e inclui diversas áreas que têm as mulheres como foco principal – o que poderá em parte dever-se ao facto de 53% dos conteúdos produzidos serem de autoria feminina. No entanto, existe ainda uma falta de abertura para abordar assuntos vistos como controversos de forma direta e responsável. Temas relacionados com feminismo são escassos, artigos sobre sexualidade mostraram uma visão pouco aberta e atual sobre identidade de género e orientação sexual, e o entretenimento foi a área mais explorada, como pudemos verificar pela análise referente à Forma e Conteúdo das peças jornalísticas. Assim sendo, podemos começar por responder à **primeira questão** da investigação, compreendendo que seria possível o agenda-setting ser utilizado de forma distinta, criando oportunidade de ser explorada a possibilidade de haver uma seleção de temas mais atuais que, por conseguinte, pudessem dar aso a reflexões mais desafiantes por parte dos leitores. A quebra do paradigma começa pela seleção de assuntos por parte dos jornalistas – que, involuntariamente, tem impacto nos leitores. Embora seja possível encontrar alguns artigos que falam de temas controversos, esses conteúdos são escassos e de pouco destaque na revista. A escolha de temas mais voltados para o feminismo poderia ter uma influência mais positiva na visão que as mulheres têm de si mesmas.

Considero relevante destacar a peça “100 Figuras dos anos 10”<sup>9</sup>, elaborada por um conjunto de mais de 30 jornalistas da Visão. Esta peça tinha como objetivo destacar 100 personagens consideradas importantes pelos jornalistas, elaborando um pequeno texto descritivo da pessoa escolhida e inserindo-a numa de oito categorias propostas: poderosos, inspiradores, inovadores, líderes, agitadores, controversos, campeões e virais. Dentro da oportunidade de eleger figuras à sua escolha, os jornalistas optaram por destacar 74 homens e 26 mulheres, sendo que as poucas mulheres elegidas para o artigo ocuparam maioritariamente as categorias “virais” e “inspiradores”. Na categoria “líderes”, aparecem somente 3 mulheres, e na “poderosos” uma.

O fraco destaque de mulheres em posições de liderança pode ter um impacto negativo nas mulheres e na visão que as mesmas têm de si, como já vimos anteriormente. Segundo Latu et al (2018), mostrar mulheres em posições de liderança pode ter um forte impacto na quebra de estereótipos de género - que continua a ser necessário nos dias de hoje. Este pensamento pode ser visto em: “A known successful female leader challenges the negative stereotype of women and serves as an inspiration and a source of learning.” (Latu et al, 2018, p.20) No caso do artigo referido acima considero que, embora a representação de mulheres em posições de poder possa ser escassa na sociedade, seria possível encontrar mais de 26 mulheres que marcaram a diferença nos últimos 10 anos.

Podemos assim passar à **segunda questão** da investigação, relativa às circunstâncias em que a mulher é protagonista das notícias da Visão. Pudemos verificar que o maior destaque dado às mulheres é em categorias virais e de entretenimento.

Relativamente às peças escolhidas para análise, enquanto existem expressões empoderadoras utilizadas para descrever mulheres – como pudemos verificar na análise referente ao Discurso – e artigos que realçam a importância da mulher, há também falhas que devem ser anotadas.

Em 55 notícias, apenas 4 mostraram a mulher em posições de liderança e poder. Esta falta de representação pode facilmente levar a que as mulheres se vejam como relevantes em áreas de entretenimento, mas pouco capazes de assumir papéis de

---

<sup>9</sup> Visão 1396, pp.28-75

controle e liderança. Segundo Latu et al (2018), é importante que haja uma representação da mulher em papéis de maior destaque, pois podem servir como fonte de inspiração e motivação para outras mulheres alcançarem os seus objetivos e serem bem-sucedidas. Esta ideia pode ser vista em: “We propose that successful female role models are important because they can change negative gender stereotypes in leadership.” (Latu et al, 2018, p.21)

A forma como a divisão de temáticas é feita nos conteúdos analisados mostra uma cultura enraizada, em que os papéis de género acabam por continuar intrínsecos, seja de forma consciente ou não. Scott (1988) considera que o significado que atribuímos ao género está associado à cultura em que vivemos. Esta afirmação pode ser verificada em: “The meanings of gender become tied to many kinds of cultural representations.” (Scott, 1988, p.37)

É importante destacar que a interpretação de cada peça pode ser feita de forma diferente, consoante o leitor, pois de acordo com a imagem que cada indivíduo tem de si, a interpretação pode também divergir. Podemos ver esta ideia presente no trabalho de Vezich, Gunter e Lieberman (2017), citando:

“For instance, a stay-at-home mother may rate a domestic portrayal positively because to do otherwise would be inconsistent with her self-image and cause cognitive dissonance.” (Vezich, Gunter & Lieberman, 2017, p.324)

Assim sendo, todas as interpretações são subjetivas e conclusões podem ser tiradas de formas diferentes dependendo da construção de identidade de cada um. No entanto, é muito importante que os meios de comunicação usem a sua influência para destacarem assuntos que merecem ser tratados. Pensamento suportado em: “Os estudos dos media têm o potencial para ajudar imensamente a crítica feminista, problematizando o ‘caráter público’ do movimento.” (Silveirinha, 1998, p.13)

A influência dos media nas mulheres pode ser positiva se forem tomadas decisões conscientes de optar por mostrar representações relevantes da mulher, não se limitando a ideias pré-definidas.

Através do conteúdo a que são expostos, os indivíduos formam opiniões acerca de si mesmos que contribuem para a construção da sua identidade – que influencia fortemente o rumo da vida de cada um. Ideia visível em: “Individuals utilize sensemaking to construe their situated identity as they progress toward a desired self.” (Ashforth & Schinoff, 2016, p.111)

Existem mulheres determinadas, em posições de liderança, seja a nível profissional ou pessoal, que podem ser um exemplo para mulheres de todo o mundo. Seria interessante que, numa revista com possibilidade de incluir temas tão abrangentes como a Visão, se tratassem assuntos mais atuais, nomeadamente relacionados com quebras de um paradigma conservador, que precisa de novas abordagens.

“These female leader role models can show women how to behave in challenging situations, ultimately serving the goal of **empowering women**.” (Latu et al, 2018, p.22)

## Referências Bibliográficas

Altheide, D. (2013). *Media Logic, Social Control, and Fear*. School of Justice and Social Inquiry, Arizona State University. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FDavid\\_Altheide%2Fpublication%2F264335738\\_Media\\_Logic\\_Social\\_Control\\_and\\_Fear%2Flinks%2F5a28a4294585155dd4277d29%2FMedia-Logic-Social-Control-and-Fear.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=15527189579668124791&ei=nsYqXsCqPJG0mAG4qYaYCQ&scisig=AAGBfm3y\\_OuMUnKgDmWemJEnpgXovMws8w&nossl=1&ws=1920x985&at=Media%20logic%2C%20social%20control%2C%20and%20fear](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FDavid_Altheide%2Fpublication%2F264335738_Media_Logic_Social_Control_and_Fear%2Flinks%2F5a28a4294585155dd4277d29%2FMedia-Logic-Social-Control-and-Fear.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=15527189579668124791&ei=nsYqXsCqPJG0mAG4qYaYCQ&scisig=AAGBfm3y_OuMUnKgDmWemJEnpgXovMws8w&nossl=1&ws=1920x985&at=Media%20logic%2C%20social%20control%2C%20and%20fear)

Ashforth, B., & Schinoff, B. (2016). *Identity Under Construction: How Individuals Come to Define Themselves in Organizations*. Arizona State University. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=https%3A%2F%2Fwww.academia.edu%2Fdownload%2F47624575%2FAshforth\\_Schinoff\\_2016\\_AROPOB.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=18&d=18223585040905680535&ei=ohwwXrD2MsjFmA\\_Hjl46oDA&scisig=AAGBfm2fPR0puSQe8r9EZhiXGzsoh7bMnw&nossl=1&ws=1920x985&at=Identity%20under%20construction%3A%20How%20individuals%20come%20to%20define%20themselves%20in%20organizations&bn=1](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=https%3A%2F%2Fwww.academia.edu%2Fdownload%2F47624575%2FAshforth_Schinoff_2016_AROPOB.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=18&d=18223585040905680535&ei=ohwwXrD2MsjFmA_Hjl46oDA&scisig=AAGBfm2fPR0puSQe8r9EZhiXGzsoh7bMnw&nossl=1&ws=1920x985&at=Identity%20under%20construction%3A%20How%20individuals%20come%20to%20define%20themselves%20in%20organizations&bn=1)

Bennett, J. (1989). Feminism and History. *Journal Gender and History*. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=http%3A%2F%2Fwww.academia.edu%2Fdownload%2F32399991%2FJMB\\_FEm\\_Hist.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=3&d=16268968963355589388&ei=WXA0Xve0Eor5mQHk-oaoAQ&scisig=AAGBfm1V2OG\\_bx8qO-tP7cGJkUNQMPFmNw&nossl=1&ws=1920x985&at=Feminism%20and%20history](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.academia.edu%2Fdownload%2F32399991%2FJMB_FEm_Hist.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=3&d=16268968963355589388&ei=WXA0Xve0Eor5mQHk-oaoAQ&scisig=AAGBfm1V2OG_bx8qO-tP7cGJkUNQMPFmNw&nossl=1&ws=1920x985&at=Feminism%20and%20history)

Broersma, M. & Graham T. (2012). Social media as beat: Tweets as news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419. Disponível em:

[http://scholar.google.com/scholar\\_url?url=http%3A%2F%2Fprints.whiterose.ac.uk%2F113487%2F1%2FSOCIAL MEDIA AS BEAT Tweets as news sour.pdf&hl=en&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=4692167669944302674&ei=5mAoXsLJE5uNy9YP-qO50A4&scisig=AAGBfm35bNiCFLyJ2iefN5zRI3lix4zp-Q&nossl=1&ws=1920x985&at=Social%20media%20as%20beat%3A%20Tweets%20as%20a%20news%20source%20during%20the%202010%20British%20and%20Dutch%20elections](http://scholar.google.com/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fprints.whiterose.ac.uk%2F113487%2F1%2FSOCIAL_MEDIA_AS_BEAT_Tweets_as_news_sour.pdf&hl=en&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=4692167669944302674&ei=5mAoXsLJE5uNy9YP-qO50A4&scisig=AAGBfm35bNiCFLyJ2iefN5zRI3lix4zp-Q&nossl=1&ws=1920x985&at=Social%20media%20as%20beat%3A%20Tweets%20as%20a%20news%20source%20during%20the%202010%20British%20and%20Dutch%20elections)

Carden, M. L. (1974). *The New Feminist Movement (Second Edition)*. New York: Russell Sage Foundation. Disponível em:

[https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=85O4BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=feminist+movement&ots=khi2xvFmVq&sig=iA21iLIWfVywDlnVb7SmDtdZzx8&redir\\_esc=y#v=onepage&q=feminist%20movement&f=false](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=85O4BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=feminist+movement&ots=khi2xvFmVq&sig=iA21iLIWfVywDlnVb7SmDtdZzx8&redir_esc=y#v=onepage&q=feminist%20movement&f=false)

Freeman, J. (1973). The Origins of the Women's Liberation Movement. *The American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 4. Disponível em:

<https://www.ssc.wisc.edu/~oliver/SOC924/Articles/FreemanOrigins73.pdf>

Hess, U., & Fischer, A. (2014). Emotional Mimicry: Why and When We Mimic Emotions. *Social and Personality Psychology Compass* 8/2 (2014): 45–57. Disponível em:

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39773835/Emotional\\_Mimicry\\_Why\\_and\\_When\\_We\\_Mimic\\_20151107-4768-1l1ham0.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEmotional\\_Mimicry\\_Why\\_and\\_When\\_We\\_Mimic.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39773835/Emotional_Mimicry_Why_and_When_We_Mimic_20151107-4768-1l1ham0.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEmotional_Mimicry_Why_and_When_We_Mimic.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-)

[Credential=ASIATUSBJ6BAPJSMO3SH%2F20200415%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20200415T102132Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEHEaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIBlgCaY3qIVEBA%2FyvZdDOq6wBqKYpYONB5pwLEc5FTBnAiEAm4qLKuPZKF0rOSBi%2ByFQW8wU9iRcdUPhM%2B77UH60dAsqvQMliv%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FARAAGgwyNTAzMTg4MTEyMDAiDNQYJdQZS0MDKC5NfigRAOTGXQzzpf2kxm24VptDQPgp4ECxlveaVsHAequk19PDH1LUBaRAqpQcoF%2BtbXXlz%2BeLv6Qp4xnwUA1B3dXTWaVNxokA4kNXr1sF3rl86feW2UBWG%2FYtdot4HFE9cqA%2FIlOhWd55B%2Bg5cJAo416bR8hCcODDObpGvLzn0jaQ0aaUfSAU2zTDXNmm5pGHriZxPGIXEVsCdG9O8QfFKnzgOgATsXNqViguNFASPAe7FKVjckPhOKTOAh27AeaAsMRdbYK5sUbvHkcoY3NHyS%2FeYyFkElpr8OqEZMWfkljM3mtd48ZNShsVkMMLbn1qgmDIWcdcfBnRodLYSFARzKnk5%2BPEoyoL8hCX4AIA6g4XWllyU%2BQjvmESFpqdA2ZYjOxLOKMbEZoz5gwkdaz9KDeW5M4ZNjszcBsK7qaP5rck%2BTokomiQyoSs1e9z%2F6pN2m20h9WYVVnZnutz2UsuR9kNSnV%2Fz8UAAAsEndamWrIJBerVMZT0Vo8%2Fel75fo0BlEm22ZnSempAt0ohX%2FjvMDrA1WG6MJmP2%2FQFOusBao6JRm3nd0oUljTX%2FqGzAtQm75GQ0pe94jIDoRSuTm1WmJJfuCQ%2FI3dH2h8atbPQxSZnRE1i6fkfubJKqNzuB8W6TOMq8LnxljAvaUjsOQWIWc6qJlgeClKSez%2FCcFrkXLWI17BHIDYqzOWF9aalqyGj4cB%2B8F0Vic6u1IYPkOgTetdn%2FI8MSBO55zI9IZqYzSRqdYEtbGyB2xBle1s9t1bRX2fFvTBiBZ8fXYyp6TgFSAaPtK7ux7hvxAi03xcxvj9GfEY%2B%2FGXc0TTmzbVZBNybdSvPII8c%2Bm5SewP%2B3wOiybl6ZTq6UoV5Q%3D%3D&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=e5df26b437d56dd1fbbbf06283066683623fe306dd5576e8d00e383aab04a4](#)

36

Hossain, M. (2015). Feminism as a discourse. Vishwakarma, S. (Ed.). *Feminism and Literature*. (Ed. pp. 307-314). India: Takhtotaaz, Allahabad. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/334670702\\_Feminism\\_as\\_a\\_Discourse?iepl%5BgeneralViewId%5D=9SsAR1avbjiiFodmeLv9Vkh2boF7d40mqug&iepl%5Bcontexts%5D%5B0%5D=searchReact&iepl%5BviewId%5D=xStwYwK1bkUK6kgxO2BfLewK05v2IKRZQfpG&iepl%5BsearchType%5D=publication&iepl%5Bdata%5D%5BcountLessE](https://www.researchgate.net/publication/334670702_Feminism_as_a_Discourse?iepl%5BgeneralViewId%5D=9SsAR1avbjiiFodmeLv9Vkh2boF7d40mqug&iepl%5Bcontexts%5D%5B0%5D=searchReact&iepl%5BviewId%5D=xStwYwK1bkUK6kgxO2BfLewK05v2IKRZQfpG&iepl%5BsearchType%5D=publication&iepl%5Bdata%5D%5BcountLessE)

[qual%5D=1& iepl%5Bdata%5D%5BinteractedWithPosition20plus%5D=1& iepl%5Bdata%5D%5BwithoutEnrichment%5D=1& iepl%5Bposition%5D=46& iepl%5BrgKey%5D=PB%3A334670702& iepl%5BtargetEntityId%5D=PB%3A334670702& iepl%5BinteractionType%5D=publicationTitle](#)

Jackson, S. (2018). *Young feminists, feminism and digital media*. Victoria University of Wellington. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=https%3A%2F%2Fjournals.sagepub.com%2Fdoi%2Fpdf%2F10.1177%2F0959353517716952&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=3829553328858357557&ei=OmsxXrS0B9KbmAH4gr-gDw&scisig=AAGBfm2UKZWSortNwbSGhJCMD5INGbkWZQ&nossl=1&ws=1920x985&at=Young%20feminists%2C%20feminism%20and%20digital%20media](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=https%3A%2F%2Fjournals.sagepub.com%2Fdoi%2Fpdf%2F10.1177%2F0959353517716952&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=3829553328858357557&ei=OmsxXrS0B9KbmAH4gr-gDw&scisig=AAGBfm2UKZWSortNwbSGhJCMD5INGbkWZQ&nossl=1&ws=1920x985&at=Young%20feminists%2C%20feminism%20and%20digital%20media)

Latu, I., Mast, M., Bombari, D., Lammers, J., & Hoyt, C. (2018). Empowering Mimicry: Female Leader Role Models Empower Women in Leadership Tasks Through Body Posture Mimicry. Springer Link. Disponível em:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-018-0911-y>

McCombs, M., & Shaw, D. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication* 43(2), Spring. Disponível em:

[http://scholar.google.com/scholar\\_url?url=http%3A%2F%2Fciteseerx.ist.psu.edu%2Fviewdoc%2Fdownload%3Fdoi%3D10.1.1.672.2050%26rep%3Drep1%26type%3Dpdf&hl=en&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=1&d=6643977059582032046&ei=1lp6XdyyJ8qpmQH2goXABA&scisig=AAGBfm3TS4RPYVYMnGXZztdlx6FGsi3iVQ&nossl=1&ws=1920x985&at=The%20evolution%20of%20agenda-setting%20research%3A%20Twenty-five%20years%20in%20the%20marketplace%20of%20ideas&bn=1](http://scholar.google.com/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fciteseerx.ist.psu.edu%2Fviewdoc%2Fdownload%3Fdoi%3D10.1.1.672.2050%26rep%3Drep1%26type%3Dpdf&hl=en&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=1&d=6643977059582032046&ei=1lp6XdyyJ8qpmQH2goXABA&scisig=AAGBfm3TS4RPYVYMnGXZztdlx6FGsi3iVQ&nossl=1&ws=1920x985&at=The%20evolution%20of%20agenda-setting%20research%3A%20Twenty-five%20years%20in%20the%20marketplace%20of%20ideas&bn=1)



McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2014). *New Directions in Agenda-Setting Theory and Research*. Londres: Routledge. Disponível em:

[http://scholar.google.com/scholar\\_url?url=http%3A%2F%2Fwww.bemedialiterate.com%2Fuploads%2F1%2F7%2F2%2F2%2F1722523%2Fagendasetting\\_2014.pdf&hl=en&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=1&d=18136282491336119704&ei=1MUyXoCCHovJsQKFxJe4Ag&scisig=AAGBfm30aRZGILUc5Inj9B0iXWRUQRPSHg&nossl=1&ws=1920x985&at=New%20directions%20in%20agenda-setting%20theory%20and%20research](http://scholar.google.com/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.bemedialiterate.com%2Fuploads%2F1%2F7%2F2%2F2%2F1722523%2Fagendasetting_2014.pdf&hl=en&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=1&d=18136282491336119704&ei=1MUyXoCCHovJsQKFxJe4Ag&scisig=AAGBfm30aRZGILUc5Inj9B0iXWRUQRPSHg&nossl=1&ws=1920x985&at=New%20directions%20in%20agenda-setting%20theory%20and%20research)

McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda – The Mass Media and Public Opinion (Second Edition)*. Cambridge: Polity. Disponível em:

[https://books.google.pt/books?hl=en&lr=&id=EdVjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=McCombs,+M.+\(2014\)+Setting+the+Agenda.+The+Mass+Media+and+Public+Opinion+&ots=HssSEVyTUC&sig=D7itsaIE2beo1fUI9w4qdv1hH4&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.pt/books?hl=en&lr=&id=EdVjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=McCombs,+M.+(2014)+Setting+the+Agenda.+The+Mass+Media+and+Public+Opinion+&ots=HssSEVyTUC&sig=D7itsaIE2beo1fUI9w4qdv1hH4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Murphy, P. (2004). *Feminism & Masculinities*. United States, New York: Oxford University Press Inc. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=https%3A%2F%2Fmensstudies.eu%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F08%2FPeter-Murphy-Feminism-masculinities.pdf%23page%3D74&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=2&d=2344592864872143259&ei=0w80XtDCNor5mQHk-oaoAQ&scisig=AAGBfm0ybEq21E9UOpmyIKqTWMjmBdvZnA&nossl=1&ws=1920x985&at=Men's%20power%20with%20women%2C%20other%20men%2C%20and%20society%3A%20A%20men's%20movement%20analysis](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=https%3A%2F%2Fmensstudies.eu%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F08%2FPeter-Murphy-Feminism-masculinities.pdf%23page%3D74&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=2&d=2344592864872143259&ei=0w80XtDCNor5mQHk-oaoAQ&scisig=AAGBfm0ybEq21E9UOpmyIKqTWMjmBdvZnA&nossl=1&ws=1920x985&at=Men's%20power%20with%20women%2C%20other%20men%2C%20and%20society%3A%20A%20men's%20movement%20analysis)

Neculaesei, A-N. (2015). Culture and Gender Role Differences. *Cross-Cultural Management Journal Volume XVII*. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/278684499 CULTURE AND GENDER ROLE DIFFERENCES](https://www.researchgate.net/publication/278684499_CULTURE_AND_GENDER_ROLE_DIFFERENCES)

Scott, J. (1988). *Deconstructing Equality-Versus-Difference: Or, the Uses of Post-structuralist Theory for Feminism*. Steven Seidman (Ed.). Publisher: Cambridge University Press. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=http%3A%2F%2Fwww.ekologiasztuka.pl%2Ftink.tank.feministyczny%2Fkurs%2Fscott\\_1988.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=1&d=9955427010846452617&ei=7lc5XsHFJMjFmAHjl46oDA&scisig=AAGBfm0it4t7\\_wBZlOufP9RF-x-HkYmU4g&nossl=1&ws=1920x985&at=Deconstructing%20equality-versus-difference%3A%20Or%2C%20the%20uses%20of%20poststructuralist%20theory%20for%20feminism%20Joan%20W.%20Scott](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.ekologiasztuka.pl%2Ftink.tank.feministyczny%2Fkurs%2Fscott_1988.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=1&d=9955427010846452617&ei=7lc5XsHFJMjFmAHjl46oDA&scisig=AAGBfm0it4t7_wBZlOufP9RF-x-HkYmU4g&nossl=1&ws=1920x985&at=Deconstructing%20equality-versus-difference%3A%20Or%2C%20the%20uses%20of%20poststructuralist%20theory%20for%20feminism%20Joan%20W.%20Scott)

Silveirinha, M. J. (1998). *O discurso feminista e os estudos dos media: em busca da ligação necessária*. Universidade de Coimbra. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=http%3A%2F%2Fwww.bocc.ubi.pt%2Fpag%2Fsilveirinha-maria-joao-discurso.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=6&d=11099185075248388460&ei=wcwqXpTHLa3JsQKApb\\_QCw&scisig=AAGBfm2Qqjl3qQmk84KFy1-ZF6pqspHTCw&nossl=1&ws=1920x985&at=O%20discurso%20feminista%20e%20os%20estudos%20dos%20media%3A%20em%20busca%20da%20liga%C3%A7%C3%A3o%20necess%C3%A1ria&bn=1](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.bocc.ubi.pt%2Fpag%2Fsilveirinha-maria-joao-discurso.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=6&d=11099185075248388460&ei=wcwqXpTHLa3JsQKApb_QCw&scisig=AAGBfm2Qqjl3qQmk84KFy1-ZF6pqspHTCw&nossl=1&ws=1920x985&at=O%20discurso%20feminista%20e%20os%20estudos%20dos%20media%3A%20em%20busca%20da%20liga%C3%A7%C3%A3o%20necess%C3%A1ria&bn=1)

Silveirinha, M. J. (2012). *Repensar as políticas públicas sobre as mulheres e os media – ou do quão cruciais são os estudos feministas da comunicação*. Universidade de Coimbra. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=http%3A%2F%2Fwww.scielo.mec.pt%2Fpdf%2Faeq%2Fn25%2Fn25a08.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=13853618275243422087&ei=wcwqXpTHLa3JsQKApb\\_QCw&scisig=AAGBfm3a0EJU3H\\_5c1DjvKKKUec2OfhVpA&nossl=1&ws=1920x985&at=Repensar%20as%20politicass%20publicas%20sobre%20as%20mulheres%20e%20os%20media%3A%20ou%20do%20quao%20cruciaiss%20sao%20os%20estudos%20feministas%20da%20comunicacao](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.scielo.mec.pt%2Fpdf%2Faeq%2Fn25%2Fn25a08.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=13853618275243422087&ei=wcwqXpTHLa3JsQKApb_QCw&scisig=AAGBfm3a0EJU3H_5c1DjvKKKUec2OfhVpA&nossl=1&ws=1920x985&at=Repensar%20as%20politicass%20publicas%20sobre%20as%20mulheres%20e%20os%20media%3A%20ou%20do%20quao%20cruciaiss%20sao%20os%20estudos%20feministas%20da%20comunicacao)

Simon, S., & Hoyt, C. (2012). Exploring the effect of media images on women's leadership self-perceptions and aspirations. Sage Publications. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=https%3A%2F%2Fpdfs.semanticscholar.org%2Ff682%2F46e353ef0ad4b224096966d3617cfe12c2dd.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=14997588971737223902&ei=7M0xXtagKdKbmAH4gr-gDw&scisig=AAGBfm3kKL8UsazucJLKjARvrygk4VEn4w&nossl=1&ws=1920x985&at=Exploring%20the%20effect%20of%20media%20images%20on%20women's%20leadership%20self-perceptions%20and%20aspirations](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=https%3A%2F%2Fpdfs.semanticscholar.org%2Ff682%2F46e353ef0ad4b224096966d3617cfe12c2dd.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&d=14997588971737223902&ei=7M0xXtagKdKbmAH4gr-gDw&scisig=AAGBfm3kKL8UsazucJLKjARvrygk4VEn4w&nossl=1&ws=1920x985&at=Exploring%20the%20effect%20of%20media%20images%20on%20women's%20leadership%20self-perceptions%20and%20aspirations)

Stets, J., & Burke, P. (2000). Identity Theory and Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, Vol. 63, No. 3. Disponível em:

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46115881/identity\\_theory.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIdentity+Theory+and+Social+Identity+Theo.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200306%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20200306T113028Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=00ef6e6a75bc78e0e4b460ceb772b2554fe88b6f509a409e94baadbd0a81240e](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46115881/identity_theory.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIdentity+Theory+and+Social+Identity+Theo.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200306%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20200306T113028Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=00ef6e6a75bc78e0e4b460ceb772b2554fe88b6f509a409e94baadbd0a81240e)

Torronen, J., & Rolando, S. (2016). Women's changing responsibilities and pleasures as consumers: An analysis of alcohol-related advertisements in Finnish, Italian, and Swedish women's magazines from the 1960s to the 2000s. *Journal of Consumer Culture*. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/profile/Jukka-Toeronen/publication/297673305\\_Womens-changing-responsibilities-and-pleasures-as-consumers-An-analysis-of-alcohol-related-advertisements-in-Finnish-Italian-and-Swedish-womens-magazines-from-the-1960s-to-the-2000s/links/5bbb217a92851c7fde33bb33/Womens-changing-responsibilities-and-pleasures-as-consumers-An-analysis-of-alcohol-related-advertisements-in-Finnish-Italian-and-Swedish-womens-magazines-from-the-1960s-to-the-2000s.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jukka-Toeronen/publication/297673305_Womens-changing-responsibilities-and-pleasures-as-consumers-An-analysis-of-alcohol-related-advertisements-in-Finnish-Italian-and-Swedish-womens-magazines-from-the-1960s-to-the-2000s/links/5bbb217a92851c7fde33bb33/Womens-changing-responsibilities-and-pleasures-as-consumers-An-analysis-of-alcohol-related-advertisements-in-Finnish-Italian-and-Swedish-womens-magazines-from-the-1960s-to-the-2000s.pdf)

Vezich, S., Gunter, B., & Lieberman, M. (2017). Women's responses to stereotypical media portrayals: An fMRI study of sexualized and domestic images of women. *Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav.*, 16: 322–331. Disponível em:

[http://scholar.google.pt/scholar\\_url?url=https%3A%2F%2Fwww.scn.ucla.edu%2Fpdf%2FVezich\(2017\)JCB.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=2&d=9145192496976655134&ei=TkAvXqjZGYGBY9YP3dssAU&scsig=AAGBfm0x\\_RB4ik1avxaywaOAQnUloeK3vw&nossl=1&ws=1920x985&at=Women's%20responses%20to%20stereotypical%20media%20portrayals%3A%20An%20fMRI%20study%20of%20sexualized%20and%20domestic%20images%20of%20women](http://scholar.google.pt/scholar_url?url=https%3A%2F%2Fwww.scn.ucla.edu%2Fpdf%2FVezich(2017)JCB.pdf&hl=pt-PT&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=2&d=9145192496976655134&ei=TkAvXqjZGYGBY9YP3dssAU&scsig=AAGBfm0x_RB4ik1avxaywaOAQnUloeK3vw&nossl=1&ws=1920x985&at=Women's%20responses%20to%20stereotypical%20media%20portrayals%3A%20An%20fMRI%20study%20of%20sexualized%20and%20domestic%20images%20of%20women)

Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. Em Silva, T (org.), Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais (pp. 72). Petrópolis: Vozes. Disponível em:

[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4284077/mod\\_resource/content/1/cap%C3%ADtulo%20I%20-%20Woodward%20-%20IDENTIDADE-E-DIFERENCA-UMA-INTRODUCAO-TEORICA-E-CONCEITUAL.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4284077/mod_resource/content/1/cap%C3%ADtulo%20I%20-%20Woodward%20-%20IDENTIDADE-E-DIFERENCA-UMA-INTRODUCAO-TEORICA-E-CONCEITUAL.pdf)

Zahariadis, N. (2016). Setting the agenda on agenda setting: definitions, concepts, and controversies. In N. Zahariadis (Ed.). *Handbook of Public Policy Agenda Setting* (ed., pp. 1-25). UK: Edward Elgar Publishing Limited. Disponível em:

[https://books.google.pt/books?id=n4EwDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.pt/books?id=n4EwDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

## ANEXOS

### Variáveis de Forma Conteúdo – ID, Data, Género Jornalístico, Autoria, Revista/Online, Secção, Título

ID	Data	Género jornalístico	Autoria	Revista ou online	Secção	Título
1	01.09.2019	Entrevista	Sónia Calheiros	Online	Sociedade	Margarida Rebelo Pinto, 20 anos depois do fenómeno do livro "sem conteúdo"
2	04.09.2019	Reportagem	Teresa Campos	Online	Sociedade	Alzheimer: a lição que devemos tirar da última luta de Guillermina
3	06.09.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Mulher de 73 anos dá à luz gémeos e torna-se mãe pela primeira vez
4	11.09.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Sónia Braga volta a brilhar na capa de uma revista
5	19.09.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Não, a menstruação não é "chocante"
6	21.09.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Foto da primeira greve climática de Greta Thunberg torna-se viral
7	26.09.2019	Notícia	Sara Rodrigues	Online	Sociedade	A busca mundial de uma mulher com leucemia para encontrar um dador de medula compatível
8	01.10.2019	Notícia	Carolina Machado	Online	Sociedade	Estudo conclui que estereótipos no cinema limitam as aspirações das mulheres
9	03.10.2019	Notícia	Teresa Campos	Online	Sociedade	Violência doméstica: relato de deputada trabalhista leva colegas às lágrimas
10	09.10.2019	Reportagem	Rui Antunes	Online	Sociedade	A portuguesa que trabalha com o Nobel da Química para mudar o mundo

11	11.10.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Jane Fonda foi detida durante uma manifestação em Washington
12	18.10.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Acompanhe em direto a primeira vez na história que um passeio espacial é realizado só por mulheres
13	23.10.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Campeã paralímpica recorre à eutanásia para morrer
14	01.11.2019	Notícia	Patrícia Fonseca	Online	Sociedade	Como um buraco na cabeça de uma enfermeira levou a que se tratasse a enxaqueca de forma errada durante mais de 70 anos
15	02.11.2019	Reportagem	Clara Soares	Online	Sociedade	"Filhos, não": em nome do planeta ou porque sim?
16	03.11.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Mulheres sentem-se mais atraídas por homens com características psicopatas
17	04.11.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Falsa médica detida por suspeita de quatro mortes
18	08.11.2019	Opinião	Helena Sacadura Cabral	Online	Sociedade	5 pontos e contrapontos de Helena Sacadura Cabral para Portugal
19	11.11.2019	Notícia	Patrícia Fonseca	Online	Sociedade	"A lei não proíbe que a criança vá outra vez para a mãe que a tentou matar"
20	14.11.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	Supremo rejeita pedido para libertar mãe que abandonou recém-nascido em Lisboa
21	19.11.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	A próxima fase do império de Marie Kondo já chegou: vender produtos que despertem alegria
22	22.11.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	A história por trás da foto que está a emocionar a Internet
23	23.11.2019	Opinião	Catarina Marcelino	Online	Opinião	A mãe, o menino e a exclusão social

24	25.11.2019	Entrevista	Teresa Campos	Online	Sociedade	"Se somos todos contra a desigualdade, somos todos feministas"
25	25.11.2019	Notícia	Sem nome	Online	Sociedade	A tragédia das irmãs Mirabal: o assassinato que deu origem ao Dia Internacional pela Eliminação da Violência contra as Mulheres
26	03.12.2019	Notícia	Patrícia Fonseca	Online	Sociedade	As mentiras mais loucas que circulam sobre Greta Thunberg
27	09.12.2019	Perfil	Sem nome	Online	Sociedade	Quem é Beata, a Thunberg mais nova
28	19.09.2019	Entrevista	Sara Sá	Revista	Sociedade	Entrevista: Chiara Manfletti
29	19.09.2019	Fotojornalismo	Sem nome	Revista	Radar	Conflito interno
30	26.09.2019	Notícia	Rui Tavares Guedes	Revista	Radar	Mudar o mundo aos 16 anos
31	26.09.2019	Notícia	Vânia Maia	Revista	Visão Sete	Norman Fucking Rockwell! Lana Del Rey, Onde os sonhos vão morrer?
32	03.10.2019	Entrevista	Rosa Ruela	Revista	Sociedade	Entrevista: Maria Elisa Domingues
33	03.10.2019	Fotojornalismo	Sem nome	Revista	Radar	Esforço hercúleo
34	03.10.2019	Notícia	Filipe Fialho	Revista	Focar	A dama anti-Brexit
35	03.10.2019	Entrevista	Sara Belo Luís	Revista	Focar	A falar é que "a gente" se entende?
36	03.10.2019	Notícia	Sónia Calheiros	Revista	Vagar	Phoebe Waller-Bridge Em estado de graça



37	03.10.2019	Crónica	Capicua	Revista	Crónica	Beatriz Costa
38	03.10.2019	Notícia	Visão BS	Revista	Especial Moda	O toque de Meghan
39	10.10.2019	Fotojornalismo	Sem nome	Revista	Radar	Lá como cá, a mesma triste realidade
40	10.10.2019	Entrevista	Vicky Dearden	Revista	Vagar	Helen Mirren, Rainha outra vez
41	24.10.2019	Entrevista	Clara Soares	Revista	Focar	"Alimentos amigos da libido ajudam a ter bom sexo"
42	24.10.2019	Entrevista	Vânia Maia	Revista	Vagar	O fado de Angel Olsen
43	24.10.2019	Crónica	Capicua	Revista	Crónica	Vamos ouvi-las!
44	31.10.2019	Entrevista	Sara Belo Luís	Revista	Sociedade	Dulce Maria Cardoso: "A minha escrita é violenta porque a vida é muito violenta"
45	31.10.2019	Notícia	Octávio Oliveira	Revista	Focar	Ajuste direto polémico
46	31.10.2019	Notícia	Vânia Maia	Revista	Focar	Menstruação, o último tabu
47	21.11.2019	Notícia	M.B.M	Revista	Radar	A fadista que preferia cozinhar
48	21.11.2019	Entrevista	Pedro Raínho	Revista	Sociedade	Ana Catarina Mendes: Piscar o olho à direita?
49	28.11.2019	Notícia	Clara Soares	Revista	Sociedade	"Deepfake", a nova arma digital
50	28.11.2019	Entrevista	Marisa Antunes	Revista	Imobiliário	Mariana Morgado Pedroso: "É raríssimo encontrar uma mulher entre os decisores"

51	28.11.2019	Crónica	Capicua	Revista	Crónica	Matrescência
52	05.12.2019	Perfil	22 jornalistas da Visão	Revista	Sociedade	100 Figuras dos anos 10
53	05.12.2019	Entrevista	Sara Belo Luís	Revista	Vagar	As doces memórias de Alice Vieira
54	12.12.2019	Fotojornalismo	Sem nome	Revista	Radar	Recordar é resistir
55	19.12.2019	Notícia	Sónia Calheiros	Revista	Opinião	Chegou, viu e continua a vencer

**Variáveis de Forma Conteúdo – ID, Temática, Diversidade, Fontes de Informação, Relevância da Mulher, URL**

ID	Temática	Diversidade			Fontes de informação	Relevância da Mulher		URL
		Vídeo	Imagem	Áudio		Papel principal	Papel secundário	-
1	Literatura	Não	Sim	Não	Protagonista da notícia	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-01-margarida-rebelo-pinto-20-anos-depois-do-fenomeno-do-livro-sem-conteudo/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-01-margarida-rebelo-pinto-20-anos-depois-do-fenomeno-do-livro-sem-conteudo/</a>
2	Saúde	Não	Sim	Não	El País	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-04-alzheimer-a-licao-que-devemos-tirar-da-ultima-luta-de-">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-04-alzheimer-a-licao-que-devemos-tirar-da-ultima-luta-de-</a>

								<a href="https://www.guillerminala.com/?fbclid=IwAR0evhQxdbXcN84bBFbRvpSSzDBtyhv7E2rbzibW7H1GeWZ6xU3KHgE1twk">guillerminala/?fbclid=IwAR0evhQxdbXcN84bBFbRvpSSzDBtyhv7E2rbzibW7H1GeWZ6xU3KHgE1twk</a>
3	Maternidade	Não	Sim	Não	BBC	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-06-Mulher-de-73-anos-da-a-luz-gemeos-eterna-semae-pela-primeira-vez/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-06-Mulher-de-73-anos-da-a-luz-gemeos-eterna-semae-pela-primeira-vez/</a>
4	Entretenimento (moda)	Não	Sim	Não	Vogue Brasil	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-11-sonia-bragavolta-a-brilhar-na-capade-uma-revista/#&amp;gid=0&amp;pid=9">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-11-sonia-bragavolta-a-brilhar-na-capade-uma-revista/#&amp;gid=0&amp;pid=9</a>
5	Saúde	Não	Não	Não	Dados recolhidos de várias fontes	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-19-Nao-a-menstruacao-nao-e-chocante/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-19-Nao-a-menstruacao-nao-e-chocante/</a>
6	Ativismo (Greve climática)	Não	Sim	Não	Twitter	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-21-foto-da-primeira-greve-climatica-de-greta-thunberg-torna-se-viral/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-21-foto-da-primeira-greve-climatica-de-greta-thunberg-torna-se-viral/</a>
7	Saúde	Não	Sim	Não	Site Help Astrid	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-26-a-busca-mundial-de-uma-mulher-com-leucemia-para-encontrar-um-dador-de-medula-compativel/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-09-26-a-busca-mundial-de-uma-mulher-com-leucemia-para-encontrar-um-dador-de-medula-compativel/</a>
8	Feminismo	Não	Sim (aleatória)	Não	The Guardian	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-01-Estudo-conclui-que-estereotipos-no-cinema-limitam-as-aspiracoes-das-mulheres/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-01-Estudo-conclui-que-estereotipos-no-cinema-limitam-as-aspiracoes-das-mulheres/</a>
9	Violência doméstica	Sim	Sim	Sim	Youtube e Twitter	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-03-Violencia-domestica-relato-de-deputada-trabalhista-leva-colegas-as-lagrimas/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-03-Violencia-domestica-relato-de-deputada-trabalhista-leva-colegas-as-lagrimas/</a>
10	Liderança	Não	Sim	Não	Protagonista da notícia	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-09-a-portuguesa-que-trabalha-com-o-nobel-da-quimica-para-mudar-o-mundo/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-09-a-portuguesa-que-trabalha-com-o-nobel-da-quimica-para-mudar-o-mundo/</a>
11	Ativismo/Manifestação	Sim	Sim (aleatória)	Sim	Facebook	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-11-Jane-Fonda-foi-detida-durante-uma-manifestacao-em-Washington/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-11-Jane-Fonda-foi-detida-durante-uma-manifestacao-em-Washington/</a>

1 2	História	Sim	Sim	Sim	NASA	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-18-Acompanhe-em-direto-a-primeira-vez-na-historia-que-um-passeio-espacial-e-realizado-so-por-mulheres/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-18-Acompanhe-em-direto-a-primeira-vez-na-historia-que-um-passeio-espacial-e-realizado-so-por-mulheres/</a>
1 3	Saúde (Eutanásia)	Não	Sim	Não	Daily Telegraph	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-23-Campea-paralimpicarecorre-a-eutanasia-para-morrer/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-10-23-Campea-paralimpicarecorre-a-eutanasia-para-morrer/</a>
1 4	Saúde/Investigação	Não	Sim (aleatória)	Não	Revista Brain	Não	Sim	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-01-como-um-buraco-na-cabeca-de-uma-enfermeira-levou-a-que-se-tratasse-a-enxaqueca-de-forma-errada-durante-mais-de-70-anos/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-01-como-um-buraco-na-cabeca-de-uma-enfermeira-levou-a-que-se-tratasse-a-enxaqueca-de-forma-errada-durante-mais-de-70-anos/</a>
1 5	Maternidade	Não	Sim	Não	Protagonistas da notícia e apoios	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-02-filhos-nao-em-nome-do-planeta-ou-porque-sim-1/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-02-filhos-nao-em-nome-do-planeta-ou-porque-sim-1/</a>
1 6	Sexualidade	Não	Sim (aleatória)	Não	Evolutionary Psychological Science	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-03-Mulheres-sentem-se-mais-atraidadas-por-homens-com-caracteristicas-psicopatas/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-03-Mulheres-sentem-se-mais-atraidadas-por-homens-com-caracteristicas-psicopatas/</a>
1 7	Crime	Não	Sim (aleatória)	Não	Não identificadas	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-04-falsa-medica-detida-por-suspeita-de-quatro-mortes/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-04-falsa-medica-detida-por-suspeita-de-quatro-mortes/</a>
1 8	Economia	Não	Sim	Não	Protagonista e autora da notícia	Não	Sim	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-08-5-pontos-e-contrapontos-de-helena-sacadura-cabral-para-portugal/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-08-5-pontos-e-contrapontos-de-helena-sacadura-cabral-para-portugal/</a>

19	Crime/Maternidade	Não	Sim	Não	Participante na notícia	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-11-A-lei-nao-proibe-que-a-crianca-va-outra-vez-para-a-mae-que-a-tentou-matar/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-11-A-lei-nao-proibe-que-a-crianca-va-outra-vez-para-a-mae-que-a-tentou-matar/</a>
20	Crime/Maternidade	Não	Sim	Não	Lusa	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-14-Supremo-rejeita-pedido-para-libertar-mae-que-abandonou-recem-nascido-em-Lisboa/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-14-Supremo-rejeita-pedido-para-libertar-mae-que-abandonou-recem-nascido-em-Lisboa/</a>
21	Liderança	Não	Sim	Não	Site KonMari	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-19-a-proxima-fase-do-imperio-de-mariekondoja-chegou-vender-produtos-que-despertem-alegria/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-19-a-proxima-fase-do-imperio-de-mariekondoja-chegou-vender-produtos-que-despertem-alegria/</a>
22	Saúde (viral)	Não	Sim	Não	Twitter e Instagram	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-22-a-historia-por-tras-da-foto-que-esta-a-emocionar-a-internet/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-22-a-historia-por-tras-da-foto-que-esta-a-emocionar-a-internet/</a>
23	Violência	Não	Sim	Não	Não identifica das	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/opinio/2019-11-23-a-mae-o-menino-e-a-exclusao-social/">https://visao.sapo.pt/opinio/2019-11-23-a-mae-o-menino-e-a-exclusao-social/</a>
24	Feminismo	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-25-se-somos-todos-contr-a-desigualdade-somos-todos-feministas/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-25-se-somos-todos-contr-a-desigualdade-somos-todos-feministas/</a>
25	Violência contra mulheres	Não	Sim	Não	Não identifica das	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-25-A-tragedia-das-irmasMirabal-o-assassinato-que-deu-origem-ao-Dia-Internacional-pela-Eliminacao-da-Violencia-contra-as-Mulheres/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-11-25-A-tragedia-das-irmasMirabal-o-assassinato-que-deu-origem-ao-Dia-Internacional-pela-Eliminacao-da-Violencia-contra-as-Mulheres/</a>
26	Fake news	Não	Sim	Não	Twitter	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-12-03-as-mentiras-mais-loucas-que-circulam-sobre-greta-thunberg/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-12-03-as-mentiras-mais-loucas-que-circulam-sobre-greta-thunberg/</a>
27	Personalidade	Não	Sim	Não	Instagram	Sim	Não	<a href="https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-12-09-quem-e-beata-a-thunberg-mais-nova/">https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-12-09-quem-e-beata-a-thunberg-mais-nova/</a>
28	Liderança	Não	Sim	Não	Entrevistada	Não	Sim	
29	Ativismo (Manifestação)	Não	Sim	Não	Getty Images	Sim	Não	

30	Ativismo ambiental	Não	Sim	Não	Discursos dados pela ativista	Sim	Não	
31	Entretenimento (música)	Não	Sim	Não	Não identifica das	Sim	Não	
32	Personalidade	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	
33	Desporto	Não	Sim	Não	Getty Images	Sim	Não	
34	Política	Não	Sim	Não	LBC e The Sunday Times	Sim	Não	
35	Gramática	Não	Sim	Não	Entrevistada	Não	Sim	
36	Entretenimento (representação)	Não	Sim	Não	Não identifica das	Sim	Não	
37	Entretenimento (humor)	Não	Sim	Não	YouTube e outras fontes	Sim	Não	
38	Entretenimento (moda)	Não	Sim	Não	The Guardian	Sim	Não	
39	Violência doméstica	Não	Sim	Não	Getty Images	Sim	Não	

40	Entretenimento (representação)	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	
41	Sexualidade	Não	Sim	Não	Entrevistada	Não	Sim	
42	Entretenimento (música)	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	
43	Entretenimento (música)	Não	Sim	Não	Não identificadas	Sim	Não	
44	Literatura	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	
45	Política	Não	Sim	Não	Protagonista da notícia e apoios	Não	Sim	
46	Saúde	Não	Sim	Não	Mulheres entrevistadas e ONG britânica	Sim	Não	
47	Personalidade	Não	Sim	Não	Não identificadas	Sim	Não	
48	Política	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	

49	Violência	Não	Sim	Não	Entrevistados e apoios	Não	Sim	
50	Liderança	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	
51	Maternidade	Não	Sim	Não	Não identificadas	Sim	Não	
52	Personalidades	Não	Sim	Não	Não identificadas	Não	Sim	
53	Personalidades	Não	Sim	Não	Entrevistada	Sim	Não	
54	História	Não	Sim	Não	Getty Images	Sim	Não	
55	Entretenimento (televisão)	Não	Sim	Não	TVI, SIC, RTP	Sim	Não	

#### Variáveis de Discurso – ID, Palavras-chave, Representação da Mulher

ID	Palavras-chave	Representação da Mulher
		Adjetivos e/ou expressões importantes
1	"romance", "livros", "relações"	"desconhecida", "autora", "fenómeno", "famoso e infame", "coloquial", "pouco consensual", "despudorada e controversa"
2	"alzheimer", "luta", "demência"	"a mulher", "a senhora", "uma das primeiras empresárias"
3	"maternidade", "idade avançada"	"uma mulher", "estigmatizada", "a mulher sem filhos", "rejeição da comunidade"



4	"revista", "Vogue", "telenovela"	"notoriedade", "espectadora assídua", "dar nas vistas", "assume - de vez - os seus cabelos brancos"
5	"menstruação", "anúncio", "ira", "indignação"	"higiene feminina", "mau gosto", "humilhar as mulheres", "desmitificação do período"
6	"greve climática", "Greta Thunberg", "viral"	"ativista sueca", "cara da luta dos jovens", "a sueca"
7	"leucemia", "busca mundial", "dador compatível"	"origem multi-étnica", "a alemã", "ela"
8	"estereótipos prejudiciais", "aspirações das mulheres", "identidade"	"filmadas nuas", "não existem suficientes modelos", "nenhum filme foi realizado por uma mulher", "magoada"
9	"violência doméstica", "deputada", "relato comovente"	"mulheres cercadas por crianças", "emocionada", "fez história", "conseguir ser eleita", "volta a dar-lhe protagonismo", "humilhação"
10	"Nobel da química", "comunidade científica"	"a física", "a cientista", "investigadora", "a portuguesa"
11	"Jane Fonda", "detida", "manifestação"	"a atriz de 81 anos", "traumatizou-a tanto que ela deixou de comer", "não é uma cara nova no ativismo", "espírito rebelde"
12	"passeio espacial", "história", "astronautas", "mulheres"	"protagonistas", "astronautas", "vai usar um fato com riscas vermelhas", "parceira", "primeiro voo espacial conjunto para duas mulheres"
13	"campeã paralímpica", "luta diária", "eutanásia"	"a belga", "doença degenerativa", "foi feita a sua vontade", "era uma menina normal até que, aos 14 anos", "arrecadou quatro medalhas"
14	"estudos", "buraco na cabeça", "enxaquecas"	"a paciente", "uma enfermeira de 26 anos que se queixava de dores", "por isso ela continuou"
15	"filhos", "sobrepopulação", "crise climática"	"um capricho", "à boleia da ativista grevista sueca", "não tenha complexos em admitir as suas preferências", "obrigação", "firme na sua decisão, pelo menos até agora"
16	"estudo", "atração", "desejo", "psicopatas"	"a preferência das mulheres", "características comuns a homens com distúrbios psicopatas", "imagem do homem ideal que a mulher procura", "depois da conquista e satisfeito o desejo, o que acontece?"

17	"falsa médica", "detida", "mortes"	"uma mulher", "investigada", "homicídio voluntário", "fraude", "a suspeita"
18	"pontos e contrapontos", "Portugal", "política"	"uma portuguesa que não tem qualquer filiação partidária", "quando lerem estas linhas, ficam já cientes que elas não obedecem senão à minha visão do mundo em que vivo"
19	"bebé abandonado", "lei"	"aceitar o arrependimento das mães", "abandonado pela sua progenitora", "A lei não proíbe que a criança vá outra vez para a mãe que a tentou matar"
20	"Supremo Tribunal de Justiça", "abandono", "prisão preventiva"	"uma jovem sem-abrigo de 22 anos que abandonou o recém-nascido num caixote do lixo", "arguida", "desesperada", "encobriu a gravidez"
21	"Marie Kondo", "arrumação", "produtos", "alegria"	"a japonesa", "autora best-seller", "protagonista"
22	"foto", "encontro", "emocionou"	"a rapariga", "foi peça chave", "jogadora de futebol"
23	"mãe", "exclusão social"	"uma jovem sem-abrigo", "pariu na rua sozinha", "a única pessoa a quem foi apontada responsabilidade"
24	"Violência contra as Mulheres", "feministas", "desigualdade"	"continuam a ser as mulheres as mais afetadas na violência", "elas são, de facto, as maiores vítimas de tudo", "Não me imagino a não ser feminista"
25	"tragédia", "irmãs Mirabal", "Violência contra as Mulheres"	"as irmãs Mirabal converteram-se num símbolo mundial da luta da mulher", "homenagem", "são um símbolo"
26	"fake news", "Greta Thunberg"	"informações lançadas nas redes sociais para denegrir", "não faltam teorias da conspiração", "esta miúda quer chamar a nossa atenção"
27	"Beata", "a Thunberg mais nova"	"diz-se feminista", "já se estreou no mundo artístico", "antibullying", "quer ser um ícone como Greta", "também tem traços de Asperger", "a sua luta será feminista"
28	"Espaço", "Portugal Space", "presidente"	"Para presidente da Portugal Space, Heitor escolheu uma mulher", "otimista", "grande entusiasta"
29	"conflito", "manifestação"	"manifestante", "palestiniana", "usa uma funda para atirar pedras"
30	"Greta Thunberg", "aquecimento global", "greve"	"É normal fazê-lo na idade em que o grau de indignação perante as injustiças ainda não foi domesticado", "ser-lhe impossível calar o sentimento", "no seu tom emotivo"
31	"Lana Del Rey", "álbum"	"a nova-iorquina", "que se deixou enamorar", "canta apocalipses pessoais e globais", "imunizada", "procura contrariar o medo da vulnerabilidade atribuído ao sexo masculino"

32	"Maria Elisa Domingues", "jornalista", "fama"	"jornalista", "deputada", "não gosto de me pôr em bicos dos pés", "Gostava de passar mais despercebida?", "Não tem medo de indignar ou de magoar alguém?"
33	"fotografia", "final feminina", "Campeonato Mundial de Atletismo"	"condições absolutamente desumanas", "competir com temperaturas e níveis de humidade impróprios"
34	"Gina Miller", "batalhas judiciais", "anti-brexit"	"é uma viciada em adrenalina", "é uma das personalidades mais polémicas", "revela a mulata de origem indiana que é casada com um judeu", "rosto do movimento anti-brexit"
35	"gramática", "erros ortográficos"	"linguista", "colaboradora", "Seguir demasiado as suas recomendações não torna o discurso muito estudado, pouco credível e, sobretudo, pouco empático?"
36	"Fleabag", "artista", "série"	"menina-prodígio da televisão", "Foi o próprio ator Daniel Craig que a requisitou para acrescentar um toque de humor e um olhar feminista à aventura (tão) masculina"
37	"Beatriz Costa", "humor", "YouTube", "stand-up"	"sem filtros", "Apesar de algum receio de reações mais negativas, foi um êxito estrondoso", "muitos anos de hesitações e inseguranças", "Nervosa por ela"
38	"Meghan Markle", "duquesa", "moda"	"De feminista precoce a princesa "empoderada"", "Ícone de estilo", "girl next door", "o seu toque é sempre tão luminoso quanto o seu sorriso"
39	"grupo feminista Femen", "ativismo", "protesto", "violência"	"líder", "de tronco nu", "encabeça um grupo de ativistas", "mulheres assassinadas pelos parceiros", "114 mulheres foram mortas", "perderam a vida"
40	"Helen Mirren", "interpretação", "séries"	"Talvez por a história não gostar muito de mulheres bem-sucedidas e poderosas", "ainda não há equilíbrio nem justiça", "conte a quantidade de homens no ecrã e depois o número de mulheres"
41	"alimentos", "libido", "sexo"	"Formou-se em Nutrição e formou-se em Neurociências", "não se cansa de lembrar", "deu pistas", "contos eróticos, sobretudo para as mulheres"
42	"fado", "Angel Olsen"	"confessa, divertida, contrariando a aura depressiva que muitas vezes lhe é atribuída", "a sua paixão", "o título do disco foi visto como uma afirmação feminista"
43	"música portuguesa", "maioria masculina", "mudanças"	"verdadeiros donos do jogo, os homens", "alguma evolução", "mulheres a terem a iniciativa", "Mulheres que se gravam e produzem", "é uma questão de justiça que as mulheres assumam o controlo"

44	"Dulce Maria Cardoso", "escritora", "livros"	"autora", "cronista", "tirou Direito e foi advogada", "sou lenta em tudo", "para mim, a mudança é violenta", "Sou muito repetitiva, muito doméstica"
45	"Maria do Céu Albuquerque"	"a ministra", "ter tomado posse"
46	"Menstruação", "tabu", "ira"	"a menstruação não é uma opção, e o acesso a estes produtos é uma questão de saúde pública e, claro, de dignidade", "Em muitos locais ainda é considerado uma doença"
47	"fadista", "cozinheira"	"Calou-se a voz (e a alma) da Parreirinha de Alfama", "cozinheira de mão-cheia", "O Museu do Fado homenageou a fadista"
48	"Ana Catarina Mendes", "socialista"	"líder", "Ajudou a vencer", "primeira mulher a liderar a bancada parlamentar do PS", "Estou muito empenhada"
49	"Deepfake", "vídeos", "difamar"	"contra as mulheres", "os alvos mais apetecíveis dos criadores anónimos de <i>deepfakes</i> são as celebridades femininas", "Até quando se ataca alguém do sexo masculino se faz pelo feminino, "filho da..."
50	"Mariana Morgado Pedroso", "arquitetura"	"arquiteta fundadora", "lançando a sua empresa", "mercado tão dominado por homens", "os <i>decision makers</i> são praticamente todos homens", "é raríssimo encontrar uma mulher nestes patamares"
51	"Maternidade", "adaptação", "matrescência"	"redemoinho de emoções", "transformação de uma mulher em mãe", "sensação de melancolia e solidão", "presas", "luto pela identidade que deixamos para trás"
52	"100 Figuras"	74 homens e 26 mulheres. Nºde mulheres por categoria: Poderosos - 1; Inspiradores - 6; Inovadores - 2; Líderes - 3; Agitadores - 3; Controversos - 2; Campeões - 3; Virais - 6
53	"Alice Vieira", "memórias", "livros"	"impressionante", "uma vida dedicada aos outros", "Custa-me dizer que não", "É um bicho social, não é?"
54	"Angela Merkel", "Auschwitz", "Polónia"	"chanceler alemã", "posa para as fotos", "a primeira visita de Merkel a Auschwitz"
55	"Programa da Cristina", "mudanças", "televisão"	"Idolatrada", "desprezada", "Há quem a siga religiosamente", "estão sempre de língua afiada para a criticar", "tom de voz emotivo", "gargalhada estridente", "uma verdadeira <i>performer</i> "







## Há vida para além dos “likes”

A nova iniciativa do Instagram, que consiste em esconder os likes que aparecem quando se faz uma publicação, está a dividir opiniões

O teste foi feito inicialmente no Canadá, em maio, e desde essa altura que começou a expandir-se para outros países, incluindo Austrália, Brasil, Japão, Itália, Irlanda e Nova Zelândia. A experiência chegou, este mês, aos Estados Unidos da América, com um anúncio prévio do CEO da rede social, Adam Mosseri. Em entrevista à revista norte-americana *Wired*, explicou que o objetivo do teste é retirar a pressão de publicar no Instagram

e proporcionar aos jovens um local seguro para partilhar conteúdo, retirando o foco do número de *likes* que recebem. Os utilizadores que fazem a publicação podem continuar a ver a quantidade de pessoas que gostaram do post, mas essa informação passa a ser privada, não estando disponível aos seguidores. Uma mudança que, segundo Ivone Patrão, investigadora do ISPA – Instituto Universitário, vai ter impacto. **C.M.**

### PRÓS

- Não haver um *feedback* pode levar a que haja mais conversas presenciais sobre os conteúdos publicados;
- Retira-se o foco da procura de valorização;
- Diminuem a dependência e a obsessão com a quantidade de *likes* e cria-se espaço para uma discussão saudável;
- Jovens que estejam em risco de fazer uma socialização exclusivamente digital podem ser agora incentivados a fazer uma socialização mista (presencial e digital);
- Deixa de haver inibição de publicar determinado conteúdo por receio de não obter aprovação.



### CONTRAS


- Os jovens, em particular, fazem uma socialização mista (presencial e digital) e, sem os *likes*, podem sentir que não estão a ser vistos nem acompanhados pelo grupo, perdendo o sentimento de pertença;
- Pessoas mais vulneráveis do ponto de vista psicológico, que podem ver no online um escape e uma forma de preenchimento (não só pela pesquisa de conteúdos como pela interação digital), podem agora sentir um maior isolamento;
- Vai haver um impacto nas pessoas provocado pela mudança. Para algumas, a adaptação pode ser difícil por sentirem a falta de *feedback*.



DIAGNÓSTICO

## Nascer antes do tempo

São muito pequenos e têm até um aspeto diferente por nascerem antes do previsto. Há mais bebés prematuros, mas também mais sobreviventes. As histórias de Francisco, Frederico, Valentin, Maria Clara, Madalena e Francisca mostram como estes recém-nascidos lutam, durante meses, para se manterem vivos e como os pais enfrentam uma angústia que parece não ter fim

 CAROLINA MACHADO

**U**m momento "de choque". É esse o sentimento que o médico António Vinhas da Silva, da Unidade de Neonatologia do Centro Hospitalar de V.N. Gaia, costuma testemunhar nos pais que se confrontam com um filho que chega antes do tempo. São tão pequenos que alguns medem pouco mais do que uma caneta. Todos os anos, em Portugal, há cerca de 8 500 bebés prematuros (9% dos nascimentos anuais), segundo dados da Sociedade Portuguesa de Neonatologia (SPN). Os prematuros nascem antes das 37 semanas, explica Gabriela Mimoso, da SPN, acrescentando que os casos mais complicados e com maior risco de sequelas são os dos bebés que têm menos de 32 semanas e de 1 500 gramas. "Incluem bebés das 23 às 32 semanas, mas são apenas cerca de mil por ano", especifica.



De acordo com a Associação Portuguesa de Apoio ao Bebé Prematuro, 1% de todos os recém-nascidos é que nascem com menos de 1 500 gramas. Apesar de existirem mais prematuros, a sobrevivência também aumentou. "Em 20 anos, a taxa de mortalidade dos bebés que têm menos de 32 semanas passou de 26% para 12%", sublinha Gabriela Mimoso, explicando que a sobrevivência depende de pais para pais. Em Portugal, considera-se que um bebé tem hipóteses de sobreviver se nascer, no mínimo, entre as 25 e 26 semanas – um valor fixado tendo em conta que 50% dos que nasceram com esse tempo sobreviveram. "Há países com melhores valores", admite a responsável, avisando que o excesso de unidades de cuidados intensivos não ajuda a melhorar a qualidade.

Por estarem pouco desenvolvidos, os prematuros costumam ter um aspeto diferente: são muito pequenos, têm pouco peso, pele rosada, que pode estar

**Quando percebeu que iam fazer-lhe o parto e que Francisco tinha só 23 semanas, Tânia agarrou-se à mão do médico: "Pedi-lhe por tudo para fazer um milagre"**

coberta por lanugo (uma penugem fina), as veias são visíveis sob a pele, a cabeça é desproporcional ao resto do corpo e os músculos são fracos. Além disso, por os pulmões não estarem ainda preparados, têm dificuldade em respirar sozinhos. Por isso, são seguidos de perto pelos médicos ao longo dos anos, até porque, muitas vezes, as sequelas podem surgir em idade escolar, durante a aprendizagem, explica António Vinhas.

Há situações em que pode haver um maior risco de se ter o filho antes do tempo, como as gravidezes de gémeos, nota, por seu lado, Jorge Lima, obstetra e ginecologista da CUF Descobertas.

O certo, garante ainda o pediatra de Vila Nova de Gaia, é quase ninguém imaginar o impacto que esta situação tem nos pais. Todos os dias, nascem 20 bebés antes do tempo previsto. A VISA Saúde conta-lhe algumas das histórias mais recentes que documentam como bebés com 23 semanas lutam para viver.

### "ERA ESCURO, PARECIA UM ET"

A primeira vez que viu o filho numa fotografia que o companheiro tirou, achou o Francisco maior do que imaginava. Ele tinha nascido antes do tempo, às 23 semanas, com 570 gramas e 32 centímetros, num dia frio de janeiro de 2019. "Até fiquei contente com o que tinha visto", lembra Tânia Oliveira, 31 anos, recordando-se de que o problema chegou no dia seguinte, quando esteve com o bebé. "Viam-se os ossos, as veias e até a caixa torácica, porque a pele era muito fina. Era escuro, parecia um ET", conta, admitindo: "Foi um choque". Não tardou até começar a pensar que o filho não ia sobreviver por ser demasiado pequeno e frágil. Aliás, segundo as estatísticas nacionais, só cerca de 10% dos recém-nascidos com este tempo de vida conseguem sobreviver.

Mas a força que o pai de Tânia, e avô de Francisco, lhe deu ajudaram-na a segurar. "Este miúdo vai surpreender-te. Vai cá ficar", disse-lhe quando foi ver o neto ao hospital. Nos primeiros tempos, a interação entre mãe e filho não foi fácil, uma vez que ela tinha dificuldades em sentir o vínculo entre mãe e filho. Não era o que tinha imaginado, confessa: "Eu idealizei que ia ter uma gravidez até ao fim, que o pai ia assistir ao parto, que ia correr tudo bem, que ao final de três dias vínhamos para casa..."

Desde que engravidou, em agosto de 2018 (de forma natural, apesar de ter feito



**FRANCISCO**  
Nasceu com 32 centímetros. Os pais (na foto) ficaram assustados quando o sensor da máquina ligada à incubadora disparava. Hoje em dia, está a crescer bem

vários tratamentos de fertilidade), que teve diversos sustos, como aconteceu na primeira ecografia, quando lhe disseram que o bebé estava com batimentos cardíacos fracos e que podia não sobreviver. A situação resolveu-se e continuou a fazer ecografias para vigiar a situação. E foi numa ida à médica, para mostrar os exames, que sentiu uma enorme pressão na barriga. "Achei muito estranho um bebé tão pequeno, com 22 semanas e meia, conseguir fazer aquela pressão". Mas só no dia seguinte, ao perder algum sangue e ao sentir contrações, foi a correr para o Hospital de Santa Maria, em Lisboa. Tânia estava em trabalho de parto. Nesse dia, fazia 23 semanas de gravidez. Ficou em pânico quando lhe disseram que pouco havia a fazer. "Agarrei-me à mão do médico e pedi-lhe por tudo para ele fazer um milagre". E Francisco nasceu a 15 de janeiro. So passaram 15 dias e que Tânia conseguiu pegar nele. Durante cinco minutos, segurou-o com as duas mãos. Por ser tão pequenino, não podia sequer posá-lo no braço.

Depois, começou a usar o "método canguru", que consiste em posar o bebé no peito, havendo assim contacto pele com pele. "Era um momento bom, mas também era um momento de medo", recorda, explicando que foram dias de muita angústia, em especial porque o sensor da máquina estava sempre a apitar. "As vezes, o sensor não detetava ou o nível do oxigénio ou



## DIAGNÓSTICO

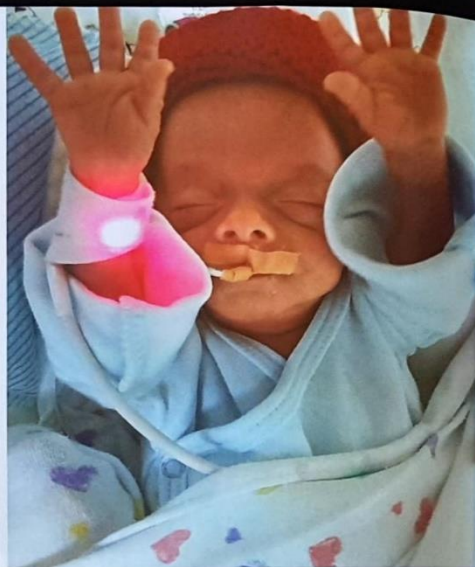


o dos batimentos, outras vezes, não estava bem colocado, porque o bebê mexia-se muito e o sensor disparava. Era o pânico." Francisco esteve durante quatro meses na incubadora. Quando foi para casa, em maio, pesava já dois quilos e media 47 centímetros. Até agora, ainda não lhe foi detetada qualquer sequela grave. Tem displasia broncopulmonar, o que o obrigou a ir para casa estando ainda com oxigênio.

No Hospital de Santa Maria, há muito que não sobreviviam bebês tão pequenos. "De vez em quando, ainda acordo e espireito para ver se ele está a respirar", diz Tânia.

**"COMO É QUE ELAS VÃO CONSEGUIR?"** Madalena e Francisca estavam nas incubadoras, ligadas as máquinas. Do lado de fora, Patrícia e a companheira, Alexandra, olhavam para as filhas e só pensavam: "Como é que elas vão conseguir?" Tinham nascido com 23 semanas e todos sabiam que o cenário seria difícil.

A situação foi complexa desde que Patrícia engravidou através de uma inseminação intrauterina – uma opção tomada com Alexandra, depois de se casarem, e por quererem muito ser mães. Teve uma gravidez de alto risco, foi internada em 28 de maio de 2019 e às 23 semanas teve uma hemorragia. Os médicos decidiram realizar um tratamento para maturar os pulmões – o que é feito através de



**MARIA CLARA E VALENTIM** Maria Clara nasceu com 1,270 quilos e Valentim com 441 gramas. São gémeos mas ele teve mais dificuldades. Os pais, Tânia e André (na foto), contam que o filho superou todos os desafios e, hoje, está estável



injeções dadas na mãe para estimular o pulmão do bebê. A equipa de neonatologia foi sempre clara com o casal. Explicou-lhes que, quando um bebê nasce antes das 24 semanas, as hipóteses de sobrevivência são muito limitadas e pode haver sequelas graves. Na sexta-feira, 14 de junho, Patrícia entrou em trabalho de parto. "O plano era fazer um parto diferido", saindo primeiro Madalena – porque a bolsa estava já no canal vaginal, pronta para sair – e permitindo que Francisca aguentasse mais um ou dois dias, na barriga da mãe, e, assim, tivesse mais hipóteses de sobreviver. Iam iniciar o parto de Madalena quando aconteceu algo que os médicos nunca tinham testemunhado. "Na altura em que ia rebentar a bolsa para a bebê sair, esta tinha recolhido para o útero, e este havia voltado a contrair. Portanto, o trabalho de parto tinha parado", explica Patrícia.

Disseram-lhes que só lhes restava esperar. Não sabiam quanto tempo, nem em que condições as gémeas nasceriam. "Sempre nos foi transmitido que a possibilidade de elas nascerem mortas era grande", lembra Alexandra. Passaram a noite dessa sexta-feira e o dia de sábado a fazer "o luto dos bebês". Estavam desgastadas. "Sentia-me desesperada, porque não podia comer, não podia beber, não podia ir à casa de banho, não me podia



levantar... Tinha dores, já havia passado por um processo de trabalho de parto inteiro no dia anterior", recorda Patrícia.

No domingo de manhã, por volta das 7h30, voltou a entrar em trabalho de parto. A equipa médica deixou logo um aviso: os bebês poderiam não emitir nenhum som ao nascer, pois ninguém sabia o que esperar. Mas, naquele dia 16 de junho, contra todas as probabilidades, Madalena nasceu a chorar no índice de Apgar máximo 10 – escala de 1 a 10, que avalia a capacidade de se adaptar ao mundo fora do útero materno. Foi uma enorme emoção no bloco, contam. Passado pouco mais de 30 minutos, a outra gémea estava também pronta para sair da barriga da mãe. Francisca teve mais dificuldades em ser entubada e parecia mais frágil, embora pesasse 640 gramas, dez a mais do que Madalena. "O parto não foi o mais difícil. O mais difícil foi tudo o resto." E tudo o resto foram os dias que se seguiram. Ver as filhas pela primeira vez não foi fácil. "Foi um choque, uma emoção grande, mas ao mesmo tempo uma grande incerteza. Estavam dentro das incubadoras, ligadas a equipamentos. Só quando as vejo, tenho noção da dimensão, dos fios, dos cabos, das tubagens que estão a passar por elas", diz Alexandra.

Francisca enfrentou mais desafios do que Madalena. Houve um momento particularmente difícil, quando teve uma perfuração do intestino. "Era demasiado pequena para ser operada", explica Patrícia, contando a angústia que as duas viveram durante três semanas: "Não sabíamos se a Francisca ia lá estar no dia a seguir." Na unidade de cuidados intensivos, é sempre assim: instável.



## FREDERICO

Nasceu no dia 4 de setembro de 2019, com 900 gramas. Quando regressou com os pais, Vitória e Mário (na foto) para São Miguel teve de ir numa incubadora durante o voo. Hoje está bem

"Ficávamos os dias sentadas ao lado das incubadoras e falávamos com elas. De vez em quando, abríamos a incubadora, tocávamos-lhes ao de leve, só para elas sentirem a nossa presença", descreve Patrícia. Nos primeiros tempos, o contacto resumia-se a estes pequenos momentos. "Nem uma festinha se podia dar, porque estes bebês têm uma pele tão sensível que o ato de fazer uma festinha é doloroso", refere Alexandra. Uma das maiores ajudas que sentiram foi a presença de outros. Dava-lhes conforto.

"Acho que é importante as pessoas perceberem o que é isto da prematuridade, porque não fazem ideia", garante Patrícia. "Todos nós sonhamos com filhos perfeitos, e, felizmente, a maioria tem filhos perfeitos, mas há uma percentagem de pais que, de repente, não tem os filhos perfeitos. São nossos, nós amamo-los muito, temos imenso respeito por eles, por aquilo que eles fazem, mas não são perfeitos. E isso revolta-nos e entristece-nos."

Madalena ficou 105 dias na incubadora e Francisca, 116. Foram para casa sem suporte de oxigénio e, até agora, não revelaram sequelas, mas vivem sob apertadas regras: não vão à escola, têm poucas visitas e quase não vão ao colo de ninguém. Tem 6 meses e meio, mas, em termos médicos e de desenvolvimento, é como se tivessem 2 meses e meio (o que se chama "idade corrigida"). Uma mede 57 centímetros; a outra, 55.

A história das irmãs é única: são as primeiras gémeas que, no Hospital de Santa Maria, nasceram antes das 24 semanas e conseguiram sobreviver – as duas.

**"Podíamos estar um caco, mas fizemos um pacto: quando estávamos ao pé do Frederico só levávamos energia positiva e fé", Vitória e Mário contam**



## DIAGNÓSTICO

### "VIVER MINUTO A MINUTO"

Vitória e Mário, naturais dos Açores, vieram para Lisboa de emergência para que o seu filho pudesse ter hipótese de sobreviver. Ela, grávida de Frederico, tinha já tido contrações, as 17 semanas, e estava em repouso absoluto desde que se descobriu que a bolsa do bebé continha pouco líquido, podendo dar-se uma rutura. Naquele dia 28 de agosto de 2019, a situação piorou e a açoriana veio de maca num avião da SATA, tendo sido internada no Hospital de Santa Maria. Dias depois, no início da 28ª semana, Vitória, 34 anos, começou a ter contrações de cinco em cinco minutos. Sentiu uma tontura muito forte e, por sorte, a médica entrou na sala naquele exato momento. O cordão umbilical estava a sair. "Cesariana de emergência, prolapso do cordão!", gritou a médica.

"Eu não sei o que se passou naquele momento, mas senti uma serenidade desfasada de tudo o que os outros estavam a sentir", conta Vitória, explicando que percebeu que, para o filho sobreviver, ela tinha de manter a calma e assumir o controlo.

Frederico nasceu no dia 4 de setembro, com 900 gramas, e foi para a incubadora. Vitória e Mário contam que, no início, foi difícil. "É uma felicidade enorme, mas também é um grande aperto no coração", relata Mário, descrevendo o momento como um misto de emoções. "Foi uma experiência nova em todos os aspetos. Em sermos pais, em olharmos para o nosso filho numa caixinha, em não podermos pegar logo nele e dar-lhe carinho."

Os primeiros tempos não foram fáceis. Não podiam tocar no bebé, tinham constantemente de desinfetar as mãos devido ao perigo de contagiarem o filho, não podiam dar-lhe afeto da forma que tinham imaginado. Apesar dos desafios, estavam determinados a manter o otimismo. "Às vezes, podíamos estar um caco, mas fizemos um pacto: quando estávamos ao pé dele, só levávamos energia positiva e fé", adianta Vitória.

Durante o tempo de internamento, Frederico passou por alguns momentos dolorosos. Chegou a pesar 780 gramas, a barriga inchou, apanhou uma bactéria hospitalar e uma pneumonia. A 20 de novembro, foi transferido para São Miguel, nos Açores. Frederico viajou numa incubadora portátil, "que pesava 200 quilos" e que tinha sido enviada pelo hospital açoriano, assim como uma enfermeira que o acompanharia no voo. Quando chegou,



**"Sempre nos foi transmitido que a possibilidade de elas nascerem mortas era grande", conta Alexandra. Mas as gémeas sobreviveram e são, para os médicos, dos casos mais surpreendentes**

os médicos perceberam que ele já era capaz de respirar sozinho e colocaram-no num berço. A 25 de novembro, teve alta. "Agora, está ótimo", conta Vitória, explicando que, por ter estado muito tempo ventilado, o filho sofre de uma displasia pulmonar (uma doença crónica comum em muitos prematuros) – o que implica que não possa ir para a creche antes dos 2 anos. Já a retinopatia (um problema que costuma afetar também estes bebés e que resulta do facto de terem poucos vasos na retina) que lhe foi diagnosticada parece estar a regredir.

"Já veste roupa de um mês", diz a mãe, garantindo que ter um filho prematuro é "viver minuto a minuto". Há momentos que são autênticos pesadelos, outros em que há vitórias incríveis. "Ele é o nosso milagre."

### "TEMOS UM SUPER-HERÓI"

Disseram-lhe que teriam de interromper a gravidez. "Interromper? Como? O que vai acontecer aos meus bebés?", perguntava, incrédula, Tânia, então grávida de gémeos. Estava internada na Maternidade Alfredo

da Costa e os médicos tinham descoberto que ela tinha síndrome de Hellp – resultado de uma exaustão de todos os órgãos do corpo da grávida –, o que implica a indução do parto.

Explicaram-lhe que ela corria risco de vida e que, se eles não fizessem nada, nem ela nem os bebés poderiam sobreviver. É a chamada prematuridade iatrogénica – que acontece não por causa do bebé, mas por a mãe ter a doença.

Em vez de entrar em pânico, Tânia diz que, sem saber bem como, conseguiu manter-se calma. "Não podia fazer mais nada a não ser confiar naquelas pessoas."

Os bebés nasceram no dia 17 de janeiro de 2019, de cesariana, às 29 semanas. "É as surpresas não acabaram por aí. Achava que ia ter duas filhas, Maria Clara e Valentina, mas, afinal, era uma filha e um filho", conta, explicando que, por ser muito pequenino, só identificaram o género do bebé ao nascer. Maria Clara nasceu com 1.270 quilos e Valentim com 441 gramas.

"Hoje em dia, sou da opinião de que ainda bem que as coisas aconteceram como

**FRANCISCA E MADEIRA**  
As gémeas nasceram com 630 e 640 gramas, às 23 semanas. Alexandra e Patrícia garantem que as filhas são um caso de sucesso e que nem sequer têm sequelas graves

aconteceram, porque felizmente Valentim está vivo. Uma das hipóteses consideradas foi o feticídio do bebé mais pequeno, porque podia ser eventualmente perigoso para o desenvolvimento do outro."

Tânia explica que, quando os filhos nasceram, não havia expectativas de que Valentim sobrevivesse. Mas, ao contrário do que seria de esperar, ele superou todos os desafios que foram aparecendo. "Temos um bebé que é um super-herói", acredita. Valentim teve de ser reanimado, sofreu de uma hemorragia pulmonar, teve uma hemorragia cerebral e, durante o tempo de internamento, teve ainda várias infeções – tudo características da extrema prematuridade.

Tânia diz que Valentim sempre precisou de mais cuidados do que Maria Clara. "Esteve imenso tempo num quadro muito frágil, tinha muitas infeções." Era tão frágil que tocar-lhe era complicado. Só puderam fazer o método canguru com ele quase dois meses depois de ter nascido. Durante o tempo de internamento, tudo era uma incógnita. "Era para nós um sofrimento gigante quando chegávamos de manhã à maternidade e ele não tinha mais peso, muito pelo contrário."

Maria Clara teve alta em março, enquanto Valentim teve de ficar na neonatologia até maio. Essa época – em que iam constantemente à maternidade ver o filho e tinham de cuidar da filha em casa – foi esgotante, contam. No final de março, Tânia e André pediram que o filho fosse transferido para o Hospital de Ponta Delgada, de forma a poderem regressar a casa e gerirem melhor tudo. O pedido foi aceite, e Valentim ficou na neonatologia até atingir os 2 quilos. "Vitória máxima nesse dia", lembra Tânia.

Hoje, Valentim é acompanhado em fisioterapia e em fisioterapia. Embora tenha tido mais dificuldades do que a irmã, é um bebé alegre e sociável. "É muito curioso, gosta de se relacionar com os outros, gosta de brincar." É, garante, "um exemplo de resiliência, de luta, de esperança".

Ter André, o pai dos seus filhos, sempre ao seu lado foi imprescindível, refere Tânia. "É importante valorizar o papel dos pais e realçar o sofrimento que é para eles viver este processo tão de perto, mas ao mesmo tempo tão distante – porque a gravidez acontece no corpo da mãe e acaba por ser ela o alvo mais direto de todos os cuidados, dos acompanhamentos." E, muitas vezes, acrescenta, eles "têm de assumir o papel de eles fortes e de darem ânimo, quando também têm medos e incertezas".